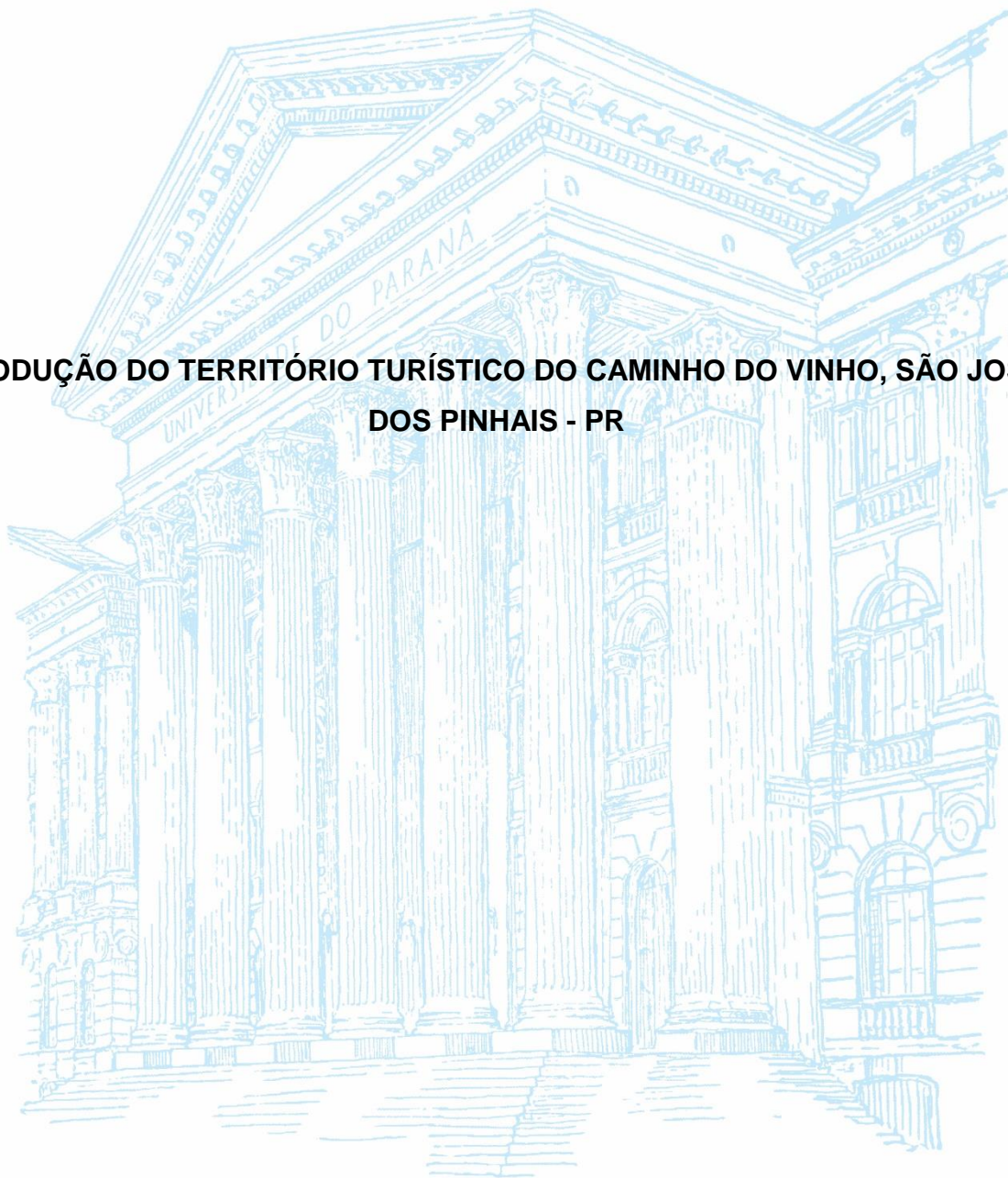


ADRIANA DA IGREJA

**PRODUÇÃO DO TERRITÓRIO TURÍSTICO DO CAMINHO DO VINHO, SÃO JOSÉ
DOS PINHAIS - PR**



**CURITIBA
2017**

ADRIANA DA IGREJA

**PRODUÇÃO DO TERRITÓRIO TURÍSTICO DO CAMINHO DO VINHO, SÃO JOSÉ
DOS PINHAIS - PR**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Geografia, Setor de Ciências da Terra da Universidade Federal do Paraná, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Geografia.

Orientador: Prof. Dr. Marcos Aurélio Tarlombani da
Silveira

Linha de pesquisa: Produção e transformação do espaço

**CURITIBA
2017**

124p

Igreja, Adriana da
Produção do território turístico do Caminho do Vinho, São José dos
Pinhais - PR / Adriana da Igreja. – Curitiba, 2017.
121 f. : il. color. ; 30 cm.

Dissertação - Universidade Federal do Paraná, Setor de Ciências da
Terra, Programa de Pós-Graduação em Geografia, 2017.

Orientador: Marcos Aurélio Tariombani da Silveira .
Bibliografia: p. 104-111.

1. Cultura e turismo. 2. Turismo – Aspectos sociais. 3. Turismo rural –
Caminho do Vinho, São José dos Pinhais (PR). I. Universidade Federal do
Paraná. II. Silveira, Marcos Aurélio Tariombani da. III. Título.

CDD: 338.4791098162



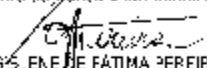
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
Setor CIÊNCIAS DA TERRA
Programa de Pós-Graduação em GEOGRAFIA
Código CAPES: 400613/2005PI


TERMO DE APROVAÇÃO

Os membros da Banca Examinadora dos cursos do Programa de Pós-Graduação em GEOGRAFIA da Universidade Federal do Paraná foram convocados para realizar a arguição da Dissertação do Mestrado de **ADRIANA DA IGREJA**, intitulada: **"PRODUÇÃO DO TERRITÓRIO TURÍSTICO DO CAMINHO DO VINHO, SÃO JOSÉ DOS PINHAIS - PR."**, após a qual a aluna é realizada a avaliação de trabalho, sendo o parecer pela sua Aprovação.

Curitiba, 23 de Maio de 2017.


MARCOS AURELIO QUINTANILHA DA SILVEIRA
Presidente da Banca Examinadora (UFPR)


GISELENE DE FÁTIMA PEREIRA
Avaliadora Interna (UFPR)


MARGARETE ARAÚJO TELES
Avaliadora Externa (UFPR)

OBS: este documento é válido por (60) sessenta dias a contar da data.

Dedico este trabalho às mulheres pesquisadoras que me antecederam, pelas barreiras que romperam e pelas portas que nos abriram.

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, à minha mãe amada, seu amor incondicional me dá força e coragem para enfrentar os desafios da vida.

Ao companheiro Raphael, pela presença, amor e compreensão durante todo o período da pós-graduação, essenciais para tornar esta jornada mais feliz.

Ao meu pai e ao Vô João que, apesar de não estarem presentes neste plano, continuam a me inspirar.

À minha querida irmã e ao meu cunhado Mark, que me presentearam com uma viagem especial quando a minha mente precisava de um descanso.

Aos meus sobrinhos, Charlie e Max, pela alegria e encantamento que derramam sobre mim com seus sorrisos e gargalhadas.

Ao amigo e professor Daniel, pela ajuda no desenvolvimento da dissertação com suas leituras atentas, sugestões e críticas. Companheiro em parte da pesquisa de campo, na produção de artigos e em muitos momentos divertidos. Presença valiosa nesses últimos 2 anos.

Ao amigo André, colega de mestrado, pelos anseios e risadas compartilhadas.

Às minhas amigas irmãs, Carolina Barzotto, Larissa Boing e Patrícia Betti, nossa amizade é um bálsamo de amor e aconchego.

À equipe da Incubadora Tecnológica de Cooperativas Populares (ITCP), da UFPR, principalmente a Denys Dozsa e Marlene Daroz, por me auxiliarem na etapa inicial do mestrado.

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) pelo financiamento da pesquisa via bolsa de estudos.

Ao Programa de Pós-Graduação em Geografia da UFPR, pela inserção no mestrado.

Ao meu orientador, Professor Marcos Aurélio Tarlombani da Silveira, por apoiar o desenvolvimento da dissertação sobre Turismo à luz da Geografia.

À Professora Margarete Araújo Teles, pelo constante incentivo no decorrer do mestrado, pelas contribuições na banca de qualificação, e, principalmente, pela amizade, fortalecida nesta jornada.

À Professora Gislene de Fátima Pereira, por aceitar participar das bancas de qualificação e de defesa de forma generosa e colaborativa.

À Aurora Girardi, ao Ednei Bueno do Nascimento, à Marta Takahashi, pelas informações prestadas e por serem queridos colegas profissionais que muito admiro.

À Cléo Fritoli, pela leitura e revisão cuidadosa da dissertação e pelas palavras de incentivo que frutificaram em segurança e confiança dentro de mim;

Ao Marcos Kuzma, sempre disposto e acessível para contribuir com a pesquisa com repasse de informações e dados, sua colaboração foi fundamental.

À Bernadete Scrobote e à Marina Pissaia pela acolhida no Caminho do Vinho e precioso auxílio no decorrer da pesquisa de campo.

À comunidade da Colônia Mergulhão que colaborou com informações empíricas, essenciais para a realização da pesquisa.

Agradeço, finalmente, às energias divinas e todas as suas formas de expressão pela experiência vivida e pelo conhecimento adquirido.

“O saber não nos torna melhores nem mais felizes. Mas a educação pode ajudar a nos tornarmos melhores, se não mais felizes, e nos ensinar a assumir a parte prosaica e viver a parte poética de nossas vidas”.

Edgar Morin

RESUMO

Este estudo busca na Geografia as ferramentas teórico-metodológicas para apreender o fenômeno do turismo, reconhecendo-o como transformador e produtor do espaço. A proposta tem como objetivo analisar o processo de produção do território turístico do Caminho do Vinho, na Colônia Mergulhão, em São José dos Pinhais – PR, buscando contribuir para a geração e a disseminação do conhecimento sobre as transformações socioespaciais ali decorrentes dessa produção. A análise foi realizada por abordagem qualitativa, pautada em pesquisa bibliográfica e documental e em estudo de campo que possibilitou a investigação da percepção dos agentes produtores do espaço, priorizando os agentes públicos, os(as) proprietários(as) de estabelecimentos turísticos e a população residente na área de estudo. Constatou-se que a produção do território turístico do Caminho do Vinho foi resultado da soma da atratividade dos produtos e espaços de lazer da Colônia Mergulhão com o ordenamento territorial voltado ao desenvolvimento turístico por parte dos agentes públicos e, ainda, das relações estabelecidas entre as diferentes territorialidades, compondo o jogo dialógico do turismo, em que seus agentes influenciam e são influenciados na produção do espaço. Este estudo evidencia a necessária organização de ações no território turístico que promovam a valorização do patrimônio cultural e natural da Colônia Mergulhão e que fortaleçam a comunidade local como protagonista do processo de desenvolvimento.

Palavras-chave: Caminho do Vinho. Território turístico. Turismo – transformações socioespaciais.

ABSTRACT

This study uses theoretical-methodological Geography tools to understand the tourism phenomenon, recognizing it as a producer and transformer of places. This proposition aims to analyse the *Caminho do Vinho* tourist area creation process, in *Mergulhão* Colony, *São José dos Pinhais*, state of *Paraná*, and to raise knowledge and awareness about the socio-spatial transformations caused by this process. A qualitative approach was carried out in the analyses, based on bibliographic research and field survey that enabled an understanding about the factors involved in the production of space perception, prioritizing the tourist establishments owners, public officers and local residents. It was found that the *Caminho do Vinho* tourism territory was a sum of *Colônia Mergulhão*'s products and leisure areas and the spatial planning focused on tourism development and, moreover, the relationship between the many territorialities, composing the dialogic play in which these factors affect and are affected by the spatial production. This study shows the need for tourism territory actions that promote the cultural and natural heritage appreciation and reinforces the local community as the key player on the development process.

Keywords: *Caminho do Vinho*. Tourism territory. Tourism – socio-spatial transformation.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1	–	MAPA POLÍTICO DA RMC	50
FIGURA 2	–	NÚCLEO CENTRAL URBANO DA RMC.....	51
FIGURA 3	–	ANEL DE TURISMO DA RMC.....	54
FIGURA 4	–	LOCALIZAÇÃO DA COLÔNIA MERGULHÃO.....	58
FIGURA 5	–	SINALIZAÇÃO PADRONIZADA.....	63
FIGURA 6	–	PORTAL ITALIANO.....	63
FIGURA 7	–	MAPA TURÍSTICO DO CAMINHO DO VINHO.....	64
FIGURA 8	–	MAPA DE ACESSO AO CAMINHO DO VINHO.....	67
FIGURA 9	–	ESPAÇO DE EVENTOS CASTELO DI FIRENZE.....	82
FIGURA 10	–	PAISAGEM RURAL DA COLÔNIA MERGULHÃO.....	85

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1	–	SUJEITOS DA PESQUISA.....	21
QUADRO 2	–	ROTEIROS DO ANEL DE TURISMO DA RMC.....	55
QUADRO 3	–	ESTABELECIMENTOS E ATRATIVOS DO CAMINHO DO VINHO.....	64
QUADRO 4	–	CALENDÁRIO OFICIAL DE EVENTOS NA COLÔNIA MERGULHÃO.....	66

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1	–	PROCEDÊNCIA DOS(AS) PROPRIETÁRIOS(AS) DE ESTABELECIMENTOS TURÍSTICOS DO CAMINHO DO VINHO.....	84
-----------	---	---	----

LISTA DE SIGLAS

ACAVIM	– Associação do Caminho do Vinho
AEIT	– Área Especial de Interesse Turístico
APA	– Área de Proteção Ambiental
ASSOMECC	– Associação dos Municípios da Região Metropolitana de Curitiba
BID	– Banco Interamericano de Desenvolvimento
CEASA	– Centrais de Abastecimento do Paraná S/A
CLAC	– Cooperativa de Laticínios de Curitiba
CNPJ	– Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas
COMEC	– Coordenação da Região Metropolitana de Curitiba
ECOPARANÁ	– Serviço Social Autônomo do Paraná
EMATER	– Instituto Paranaense de Assistência Técnica e Extensão Rural
IBGE	– Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IDH	– Índice de Desenvolvimento Humano
INSS	– Instituto Nacional do Seguro Social
IPCE	– Instituto Paranaense de Ciência do Esporte
MAPA	– Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento
MDA	– Ministério do Desenvolvimento Agrário
MDS	– Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome
MDSA	– Ministério do Desenvolvimento Social e Agrário
MTUR	– Ministério do Turismo
NUC	– Núcleo Urbano Central
PDI	– Plano de Desenvolvimento Integrado
PROSAM	– Programa de Saneamento Ambiental
RMC	– Região Metropolitana de Curitiba
SEAB	– Secretaria de Agricultura e Abastecimento do Paraná
SEBRAE	– Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SENAR	– Serviço Nacional de Aprendizagem Rural
SEDS	– Secretaria de Estado de Defesa Social

SEED	– Secretaria de Estado da Educação
SEET	– Secretaria de Estado de Esporte e Turismo
SESA	– Secretaria da Saúde do Estado do Paraná
SETU	– Secretaria de Estado do Turismo
SICTUR	– Secretaria Municipal de Indústria, Comércio e Turismo
TRAF	– Turismo Rural na Agricultura Familiar

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	13
2	PERCURSO METODOLÓGICO	16
3	ELEMENTOS CONCEITUAIS DA GEOGRAFIA PARA UMA ANÁLISE DO TURISMO	24
3.1	ESPAÇO GEOGRÁFICO E TURISMO	25
3.2	REGIÃO E TERRITÓRIO — ASPECTOS CONCEITUAIS PARA UMA ANÁLISE DO TURISMO	29
3.3	TERRITÓRIOS TURÍSTICOS	33
3.3.1	Agentes produtores do espaço — um recorte para o estudo do Caminho do Vinho	35
3.4	TURISMO: RELAÇÕES ENTRE O RURAL E O URBANO	40
4	O CAMINHO DO VINHO NO CONTEXTO DA REGIÃO METROPOLITANA DE CURITIBA.....	47
4.1	OCUPAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DA REGIÃO METROPOLITANA DE CURITIBA	47
4.2	O ANEL DE TURISMO DA RMC.....	53
4.3	SÃO JOSÉ DOS PINHAIS E A COLÔNIA MERGULHÃO.....	56
4.4	O ROTEIRO DE TURISMO CAMINHO DO VINHO	61
5	PRODUÇÃO DO TERRITÓRIO TURÍSTICO DO CAMINHO DO VINHO — RESULTADOS	68
5.1	AVALIAÇÃO DO CAMINHO DO VINHO A PARTIR DOS AGENTES PRODUTORES DO ESPAÇO	68
5.1.1	Agentes públicos: a participação de agentes externos e o alcance dos objetivos institucionais	68
5.1.2	Avaliação do Caminho do Vinho e da ACAVIM pelos proprietários e proprietárias de estabelecimentos turísticos.....	75
5.1.3	Residentes da Colônia Mergulhão — a visão da população local não envolvidadiretamente com o turismo	78
5.2	IMPLICAÇÕES SOCIOESPACIAIS DO CAMINHO DO VINHO NA COLÔNIA MERGULHÃO.....	81
5.2.1	Impactos no espaço rural e a descaracterização do roteiro	81

5.2.2 Mudanças e permanências: influência do turismo nas relações sociais e culturais	90
5.2.3 Produção de vinho: transformações e conflitos.....	94
5.3 O CAMINHO DO VINHO COMO TERRITÓRIO TURÍSTICO.....	97
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	99
REFERÊNCIAS	104
APÊNDICE 1 – PERFIL DOS ENTREVISTADOS E ENTREVISTADAS	112
APÊNDICE 2 – ROTEIROS DE ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA PARA REPRESENTANTES DO PODER PÚBLICO MUNICIPAL E ESTADUAL	113
APÊNDICE 3 – ROTEIROS DE ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA PARA PROPRIETÁRIOS(AS) DE ESTABELECIMENTOS TURÍSTICOS - CAMINHO DO VINHO	114
APÊNDICE 4 – ROTEIROS DE ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA PARA RESIDENTES NÃO ENVOLVIDOS DIRETAMENTE COM O TURISMO	115
ANEXO 1 – ESTATUTO DA ACAVIM.....	116

1 INTRODUÇÃO

Na década de 1990, a Região Metropolitana de Curitiba (RMC) passou por uma intensa ampliação dos espaços industriais, antes restritos à capital Curitiba. As novas indústrias, com destaque para o setor automobilístico, expandiram-se intensamente para alguns municípios da região metropolitana e São José dos Pinhais se destacou como um vetor dessa expansão, ao receber um expressivo parque industrial.

A intensa ocupação industrial passou a gerar uma significativa pressão para ocupação urbana nas áreas rurais da RMC, em grande parte situadas em áreas ambientalmente frágeis devido à composição geológica e aos importantes mananciais hidrográficos abrigados na região. Ao reconhecer a fragilidade dos espaços rurais frente ao avanço da urbanização, e a necessidade de adequar as atividades produtivas aos princípios de conservação ambiental, a Coordenação da Região Metropolitana de Curitiba (COMEC) apontou a agricultura orgânica, a silvicultura, a fruticultura e o turismo rural como alternativas estratégicas para a RMC.

Ao entender o turismo como uma ferramenta de dinamização da economia com um baixo impacto ambiental, em 1998 a COMEC e o Instituto Paranaense de Assistência Técnica e Extensão Rural (EMATER) elaboraram uma proposta para o desenvolvimento de roteiros de turismo no entorno de Curitiba, o “Anel de Turismo da Região Metropolitana de Curitiba”. Assim, em parceria com os municípios, surgiram os primeiros roteiros de turismo rural na RMC, entre eles o Caminho do Vinho, localizado na Colônia Mergulhão, em São José dos Pinhais.

A partir do momento em que o turismo passa a se desenvolver em determinada localidade, passa também a agregar novas funções ao espaço e a produzir territorialidades próprias da atividade turística; trata-se da territorialização do turismo.

As transformações socioespaciais decorrentes do turismo despertam o interesse de diversas áreas do conhecimento para o estudo do turismo, incluindo a Geografia. Dentre os principais conceitos da Geografia, serão utilizados neste estudo os conceitos de espaço geográfico e território para apreender a dinâmica socioespacial do Caminho do Vinho, considerando as novas territorialidades produzidas pela atividade turística.

Dessa forma, o presente trabalho se propõe a contribuir na geração e disseminação de conhecimento a respeito do turismo e suas transformações socioespaciais no Caminho do Vinho, em São José dos Pinhais. A questão que orienta a discussão proposta é: quais os fatores que contribuem para a produção do território turístico na Colônia Mergulhão? Esta pesquisa tem como objetivo geral analisar, por meio de uma abordagem geográfica, o processo da produção do território turístico do Caminho do Vinho, na Colônia Mergulhão, em São José dos Pinhais-PR.

O turismo apresenta-se como uma prática social pautada no deslocamento e encontro de pessoas, a qual, apropriada pelo mercado, configura uma atividade econômica que gera movimentação de pessoas, mercadorias e dinheiro, e, conseqüentemente, desencadeia diversas transformações e impactos socioespaciais. A partir do reconhecimento do turismo como transformador e produtor do espaço, este trabalho busca na Geografia as ferramentas teórico-metodológicas para apreender o fenômeno do turismo e a sua territorialização.

O Caminho do Vinho foi escolhido como objeto de estudo por ser um dos roteiros pioneiros do projeto Anel de Turismo da RMC e que se consolidou como destino turístico. Outro fator determinante foi a proximidade da Colônia Mergulhão com a área urbana de São José dos Pinhais, sendo que, ao mesmo tempo que o entorno da Colônia sofre um processo de urbanização, as ruralidades locais são exaltadas e divulgadas pela atividade turística. De forma complementar, contribuiu para a escolha o prévio conhecimento da localidade pela pesquisadora.

Para realizar o estudo proposto, este trabalho encontra-se estruturado em quatro partes principais. Inicialmente, no capítulo intitulado “Percurso Metodológico” é apresentado o caminho percorrido no delineamento da pesquisa, assim como a identificação do tema, da problemática, da justificativa, dos objetivos da pesquisa e da sua sistematização. Este capítulo justifica as escolhas metodológicas realizadas neste estudo e permite compreender o embasamento teórico presente nos capítulos seguintes.

Após a apresentação da metodologia de estudo, o capítulo “Elementos conceituais da Geografia para uma análise do Turismo” traz os conceitos das categorias de análise da Geografia espaço, território e região, dando suporte à construção do conceito território turístico e como ele se produz, a partir dos agentes do turismo, no contexto entre rural e urbano, onde se encontra o objeto de análise.

O capítulo “O Caminho do Vinho no contexto da Região Metropolitana de Curitiba” traz a história da formação do roteiro turístico e o contextualiza no espaço da metrópole. O capítulo divide-se em quatro partes: “A ocupação e desenvolvimento da Região Metropolitana de Curitiba”; “O Anel de Turismo da RMC”; “São José dos Pinhais e a Colônia Mergulhão” e “O roteiro de turismo rural Caminho do Vinho”.

Por fim, o capítulo “Produção do território turístico do Caminho do Vinho - resultados” traz a análise das informações levantadas durante a pesquisa de campo sobre a produção do território turístico. A primeira parte aborda a percepção dos agentes do turismo sobre o Caminho do Vinho, para, na sequência, apresentar as implicações socioespaciais do Caminho do Vinho na Colônia Mergulhão. Finalmente, são apresentadas as conclusões do trabalho e a sua contribuição para os estudos do Turismo conduzidos à luz da Geografia.

2 PERCURSO METODOLÓGICO

O turismo se constitui a partir da movimentação de pessoas que saem de um lugar em busca de outros lugares e, nesta dinâmica, apropriam-se deles, gerando transformações espaciais. Considerando a Geografia como uma “ciência que estuda a produção espacial e as relações sociais e de poder no espaço geográfico, e o turismo como fenômeno relacionado às pessoas e aos lugares” (CORIOLANO; SILVA, 2005, p. 95), a inter-relação que se estabelece entre essas duas áreas do conhecimento permite observar o fenômeno do turismo como agente transformador do espaço. Sendo o turismo uma atividade complexa que pode ser analisada sob a luz de diversas ciências — História, Sociologia, Antropologia, Economia, entre outras — este estudo lança um olhar geográfico sobre a transformação espacial causada pelo turismo e os seus efeitos na Colônia Mergulhão, em São José dos Pinhais, na região metropolitana de Curitiba, no Estado do Paraná.

De acordo com Rodrigues (1999), a geografia pode conduzir seus estudos sobre o turismo por meio de duas abordagens: centrada no sujeito ou centrada no espaço. A primeira abordagem tem como ponto de partida a leitura da paisagem pelos sujeitos, considerando que a paisagem só existe quando observada por alguém. Sendo assim, esta leitura fica condicionada às perspectivas culturais e ideológicas do observador.

A segunda abordagem considera o espaço em si como objeto de análise e os processos sociais nele estabelecidos. Para Milton Santos (1985), o método de interpretação do espaço geográfico tem como base as categorias: forma, função, estrutura e processo. Tais categorias são utilizadas por Rodrigues (1992) como um método de interpretação para investigar o turismo. A autora correlaciona as categorias apresentadas por Santos com os principais elementos que compõem a atividade turística, em que a forma se refere ao aspecto visível do espaço, que dará subsídios para a análise espacial de determinada localidade. Já o estudo da função tem o objetivo de decompor o espaço turístico e analisar sincronicamente seus elementos (oferta, demanda, transporte, infraestrutura, entre outros). O estudo da estrutura aborda as relações entre esses elementos e as dependências estabelecidas. Já numa análise diacrônica, o estudo do processo espacial visa investigar a dinâmica da estrutura e suas transformações que resultam em novos espaços, “objetivando

analisar a estrutura que se metamorfoseia no seu todo ou em suas partes” (RODRIGUES, 1992, p. 79).

Ao considerar as duas diferentes abordagens apontadas por Rodrigues (1999), este trabalho opta por definir o espaço e seus processos sociais como objeto de análise. Entretanto, tal abordagem não exclui por completo a perspectiva dos sujeitos, pois a transformação espacial causada pelo turismo será analisada, também, a partir de opiniões de moradores e proprietários de estabelecimentos voltados ao turismo. Entende-se que a percepção da comunidade da Colônia Mergulhão sobre o desenvolvimento do turismo é fundamental para compreender como a atividade interfere nos processos de transformação socioespacial.

Tendo como referência os estudos de Rodrigues (1992) sobre a produção de novos espaços, assim como os trabalhos de Knafo (2001) sobre a territorialização turística — abordados no capítulo seguinte —, será utilizado o conceito de território para apreender a dinâmica socioespacial do Caminho do Vinho, considerando as novas territorialidades produzidas pelo turismo.

A dinâmica socioespacial do turismo se apresenta como um transformador do espaço e um produtor de territórios, considerando que a territorialização espacial ocorre por processos de apropriação; trata-se do espaço socialmente construído por meio de relações de trabalho e poder estabelecidas (HAESBAERT, 2010).

Dessa forma, esta pesquisa apresenta como problemática os fatores que contribuíram e contribuem para a produção do território turístico do Caminho do Vinho, pelo olhar da ciência geográfica. O objetivo geral da pesquisa é analisar o processo da produção do território turístico do Caminho do Vinho, em São José dos Pinhais – PR, a partir de uma abordagem geográfica. Para alcançar tal objetivo, foram delimitados os seguintes objetivos específicos:

- caracterizar o processo que transformou a Colônia Mergulhão, em São José dos Pinhais – PR, em espaço de lazer e turismo da RMC;
- identificar os instrumentos de ordenamento territorial no Plano Diretor Municipal que regem e organizam o espaço rural da Colônia Mergulhão;
- investigar o papel do turismo nas transformações espaciais na Colônia Mergulhão e a ocorrência de urbanização turística;
- analisar a percepção dos agentes do turismo — agentes do poder público; proprietários e proprietárias de estabelecimentos turísticos; residentes não

envolvidos diretamente com o turismo — em relação aos efeitos socioespaciais provocados pelo turismo;

- avaliar a produção do território turístico do Caminho do Vinho a partir de uma análise dos elementos materiais e imateriais do território.

Tendo em vista os objetivos propostos, a pesquisa estabelece uma abordagem qualitativa, pois compreender as transformações espaciais ocorridas na Colônia Mergulhão provocadas pela implementação do Caminho do Vinho demanda entender a natureza do fenômeno do turismo. A metodologia qualitativa possibilita um maior aprofundamento das características subjetivas do objeto de estudo.

Os estudos que empregam uma metodologia qualitativa podem descrever a complexidade de determinado problema, analisar a interação de certas variáveis, compreender e classificar processos dinâmicos vividos por grupos sociais, contribuir no processo de mudança de determinado grupo e possibilitar, em maior nível de profundidade, o entendimento das particularidades dos indivíduos. (RICHARDSON, 1999, p. 80).

A abordagem qualitativa é um método de pesquisa que busca a compreensão detalhada dos significados e características situacionais a partir das percepções e opiniões dos atores sociais envolvidos, sem desconsiderar o papel fundamental do(a) pesquisador(a), pois são as escolhas metodológicas, o tratamento e a interpretação dada ao objeto de estudo que determinam a singularidade da pesquisa qualitativa.

Quanto ao delineamento do estudo, trata-se de uma pesquisa explicativa, pois busca explicar as causas de determinado fenômeno por meio de seu registro, análise, classificação e interpretação. No que diz respeito aos procedimentos técnicos — a forma pela qual se obtém os dados necessários para o desenvolvimento do trabalho — foram empregadas distintas técnicas.

Em uma primeira fase elaborou-se um referencial teórico que embasa a segunda fase da pesquisa, o estudo de campo. Utilizou-se a pesquisa bibliográfica e documental para identificação de autores e estudos de referência que possibilitassem alcançar os objetivos de caracterizar o processo que transformou a Colônia Mergulhão em espaço de lazer e turismo da RMC e de identificar os instrumentos de ordenamento territorial que regem e organizam o espaço rural da Colônia Mergulhão. As ferramentas de pesquisa foram materiais publicados em artigos científicos, livros, dissertações e teses, além de documentos técnicos como o Plano Diretor de São José dos Pinhais, o Caderno Estatístico de São José dos Pinhais, o Plano de

Desenvolvimento Integrado da RMC, o Programa de Turismo Rural na Agricultura Familiar, o Caderno de orientações básicas sobre Turismo Rural, do Ministério do Turismo (Mtur), entre outros.

A segunda fase constituiu-se por um estudo de campo, modelo de investigação que analisa um grupo ou local em termos de estrutura social, ressaltando a interação entre seus componentes, oferecendo ferramentas para uma análise aprofundada (GIL, 2002). O estudo de campo deste trabalho objetivou a coleta de dados e informações, por meio das técnicas de observação direta e entrevistas.

A observação direta auxilia o(a) pesquisador(a) a levantar informações não apontadas e/ou não identificadas pelos entrevistados. Neste trabalho, essa técnica foi utilizada para avaliar aspectos da paisagem do Caminho do Vinho, assim como para observar as relações de poder e liderança entre os sujeitos da pesquisa durante eventos comunitários e reuniões da Associação do Caminho do Vinho (ACAVIM). Segundo Lakatos e Marconi (2003), a observação direta possibilita ao pesquisador um contato mais próximo com a realidade estudada e permite evidenciar fatos não constantes nas entrevistas. Trata-se de uma técnica básica da investigação científica, que neste caso auxiliou no alcance do objetivo de analisar o papel que o turismo assume nas transformações espaciais na Colônia Mergulhão.

Já as entrevistas individuais tiveram como objetivo conhecer a opinião das pessoas sobre a transformação socioespacial causada pelo turismo na área estudada. Segundo Richardson (1999, p. 160), “é uma técnica importante que permite o desenvolvimento de uma estreita relação entre as pessoas. É um modo de comunicação no qual determinada informação é transmitida”. Dentre os tipos de entrevistas, foi selecionada a semiestruturada, que utiliza um roteiro de questões pré-estabelecido, permitindo ao mesmo tempo o acréscimo de novas questões que se façam necessárias para o esclarecimento das falas e opiniões, dando maior liberdade para entrevistado(a) e entrevistador(a) irem além das perguntas previamente formuladas (MAY, 2004). Esta técnica possibilitou atingir o objetivo de analisar a percepção dos principais atores sociais envolvidos na implementação do Caminho do Vinho em relação aos efeitos socioespaciais provocados pelo turismo na Colônia Mergulhão.

Este trabalho alinha-se à visão de Fratucci (2008), ao perceber o território como resultado da ação de diferentes agentes sociais, em um sistema complexo, aberto e

dinâmico, e ao entender que o turismo não é o sujeito de apropriação dos espaços e sim o seu resultado. Sendo os sujeitos os diversos agentes sociais que o produzem, Frattucci (2008) considera os turistas, os agentes do mercado, o Estado, os trabalhadores diretos e indiretos do turismo e a população em geral como agentes sociais produtores do turismo. A pesquisa de campo deste trabalho priorizou as relações entre os agentes de mercado, representados pelos estabelecimentos turísticos do Caminho do Vinho; o Estado, em nível municipal e estadual; e a população residente.

Sem a intenção de diminuir o papel fundamental dos turistas e visitantes na produção do espaço, este trabalho priorizou a percepção dos proprietários e proprietárias de estabelecimentos turísticos; os agentes públicos, em nível estadual e municipal, envolvidos com o planejamento e gestão do Caminho do Vinho; e os residentes da Colônia Mergulhão não envolvidos com o turismo, conforme mostra o Quadro 1 a seguir. Ao considerar as especificidades locais e o recorte temporal da pesquisa, desde a implementação do roteiro turístico, em 1999, até 2017, buscou-se analisar a atuação dos agentes que estiveram presentes neste percurso, deixando a análise sobre o papel dos turistas como produtores do espaço para um outro momento, em um estudo mais aprofundado.

Para a realização das entrevistas foram elaborados três diferentes questionários, um para cada grupo, compostos por perguntas fechadas e abertas.

QUADRO 1 – SUJEITOS DA PESQUISA

GRUPOS	FINALIDADE NA PESQUISA
Agentes públicos representantes da(o): <ul style="list-style-type: none"> • Secretaria de Indústria, Comércio e Turismo, da Prefeitura Municipal de São José dos Pinhais; • Instituto Paranaense de Assistência Técnica e Extensão Rural (EMATER); • Paraná Projetos; • Coordenação da Região Metropolitana de Curitiba (COMEC). 	Identificar a percepção dos entrevistados sobre o processo de planejamento, implementação e gestão do Caminho do Vinho, assim como sobre as transformações socioespaciais ocorridas na Colônia Mergulhão em decorrência do turismo.
Proprietários e proprietárias de estabelecimentos turísticos: <ul style="list-style-type: none"> • Associados à ACAVIM • Não associados à ACAVIM. 	Identificar a percepção dos entrevistados acerca dos impactos positivos e negativos do turismo, bem como das transformações ocorridas no espaço decorrentes do desenvolvimento do turismo.
Residentes não envolvidos diretamente com o turismo.	Identificar a percepção dos entrevistados acerca dos impactos do turismo na Colônia Mergulhão e o envolvimento deles com a atividade.

FONTE: A autora (2016).

Considerando o universo dos agentes do turismo relevantes para a pesquisa, foi selecionada uma amostra não probabilística para a realização das entrevistas (GIL, 2008). Em relação aos agentes públicos, foi elencada uma amostra intencional, consideradas as pessoas que tiveram significativa influência na condução das ações voltadas ao turismo no Caminho do Vinho. Quanto aos estabelecimentos, foram selecionados por meio de amostragem por tipicidade quanto ao tipo de produtos e serviços oferecidos. Foram entrevistados proprietários e proprietárias de 2 vinícolas, 1 café colonial, 3 restaurantes, 3 espaços de lazer e/ou eventos e 1 loja de bebidas, totalizando 10 estabelecimentos, sendo 1 não associado à ACAVIM.

Quanto ao terceiro grupo elencado, os residentes não diretamente envolvidos com o turismo, foi definida uma amostra por acessibilidade, considerando o acesso às propriedades e o tempo disponível para a realização do estudo de campo. Foram entrevistados 3 residentes: 1 agricultor, 1 pecuarista e 1 proprietária de floricultura.

Além das entrevistas, foi realizada observação direta em 2 reuniões da ACAVIM, em 9 de novembro de 2016 e em 2 de março de 2017. Nestes encontros foi possível identificar o papel das lideranças locais representadas na Associação, assim como a dinâmica de interação entre os associados e a relevância do grupo na tomada de decisão.

As técnicas de pesquisa utilizadas possibilitaram avaliar a configuração do território turístico do Caminho do Vinho a partir de uma análise dos elementos materiais e imateriais do território, que constitui o último objetivo específico apontado neste estudo.

O registro das informações coletadas nas entrevistas foi feito por meio de gravações, transcritas e analisadas por meio da técnica análise de conteúdo. Tal método, popularizado por Laurence Bardin (1977) e muito utilizado nas pesquisas de abordagem qualitativa, constitui um conjunto de técnicas que utiliza procedimentos sistemáticos de descrição do conteúdo das mensagens, sejam elas verbais ou não-verbais. Bardin (1977) ressalta que a análise de conteúdo não reside apenas na descrição dos dados, mas sim no que estes podem dizer após serem tratados. Para o autor, o método “oscila entre os dois polos do rigor da objetividade e da fecundidade da subjetividade” (BARDIN, 1977, p. 9). Dessa forma, a análise de conteúdo é uma interpretação pessoal do(a) pesquisador(a) em relação aos dados coletados. Não se trata de uma análise neutra e imparcial, mas de uma leitura caracterizada pela indução e pela intuição como estratégia de compreensão do fenômeno estudado (MORAES, 1999; SANTOS JR.; SOARES; FONTOURA, 2004).

A organização da análise, segundo Bardin (1977), é realizada a partir de três polos cronológicos: pré-análise, exploração do material, e tratamento dos resultados e interpretação. Tais fases da análise foram realizadas neste trabalho da seguinte forma:

- Pré-análise: compreendeu a leitura geral do material coletado. Nesta fase foram sistematizadas as ideias iniciais de maneira a esquematizar as fases sucessivas, considerando o quadro referencial teórico da pesquisa.
- Exploração do material: consistiu essencialmente em operações de categorização. O material coletado foi categorizado em unidades de registro, formadas por trechos de entrevistas, assim como textos de documentos e pesquisas. Dessas unidades foram identificadas e agrupadas palavras-chave que identificavam elementos do território turístico do Caminho do Vinho, tanto os materiais (equipamentos e instalações turísticas, estradas, sinalização, estruturas para atendimento ao visitante, entre outros), como os imateriais (lideranças locais, relações de poder, identidade e pertencimento, instrumentos legais de ordenação e zoneamento, entre outros).

- Tratamento dos resultados e interpretação: nesta terceira fase foram feitos o tratamento, a inferência e a interpretação dos conteúdos de todo o material coletado. A partir disso foi possível realizar uma análise comparativa, com justaposição das categorias identificadas e cruzamento de dados da percepção dos entrevistados sobre a produção do território turístico e seus efeitos na Colônia Mergulhão, tendo como respaldo o referencial teórico da pesquisa.

Os nomes dos entrevistados e entrevistadas foram preservados; portanto, os sujeitos da pesquisa foram referenciados de acordo com uma numeração aleatória, respeitando os grupos de agentes do turismo que eles representam. O perfil dos entrevistados e entrevistadas pode ser consultado no Apêndice 1.

O capítulo seguinte apresenta uma abordagem teórico-conceitual sobre as categorias de análise da Geografia que suportam a análise da produção do território turístico do Caminho do Vinho realizada neste trabalho.

3 ELEMENTOS CONCEITUAIS DA GEOGRAFIA PARA UMA ANÁLISE DO TURISMO

O período que segue a Segunda Guerra Mundial foi palco de grandes mudanças técnicas, políticas, econômicas e sociais. Nos centros industrializados da Europa pós-guerra as mudanças nas relações de trabalho e a introdução das férias remuneradas aos trabalhadores assalariados significaram a popularização do tempo livre, como sinônimo de renovação e descanso. Na Grã-Bretanha cresceram a infraestrutura e os serviços especializados e desenvolveu-se uma estrutura mercadológica voltada ao lazer (KRIPPENDORF, 1989; URRY, 1996).

Nesse contexto, os países periféricos também foram inseridos neste processo de qualificar destinos, locais de reprodução do lazer e do tempo livre, e, conseqüentemente, de transformações socioespaciais. Grandes levas de turistas estadunidenses e europeus passaram a buscar novas paisagens, promovendo assim o turismo internacional e a sua estruturação, a partir do entendimento de que a geração de divisas estrangeiras e a decorrente geração de empregos seriam instrumentos de desenvolvimento para tais localidades (OURIQUES, 2005).

Naquele momento de desenvolvimento do turismo ganhou destaque o viés econômico da atividade, muitas vezes referida como a “indústria do lazer” ou “indústria do turismo”, que trata o espaço como um produto a ser comercializado e consumido. A prática social da viagem e do deslocamento passou a ser objeto de apropriação da lógica do capital e transformou o tempo do não-trabalho em tempo do capital, em que o produto a ser consumido é o próprio espaço (OURIQUES, 2005). Tal prática gera diversas transformações de ordem sociocultural, política e ambiental que inferem em modificações no espaço geográfico, tornando-se assim tema de interesse dos geógrafos.

Para embasar um estudo do turismo a partir de uma abordagem geográfica, neste primeiro capítulo são apresentados os conceitos-base da Geografia, como espaço, região e território, essenciais para melhor compreender o objeto de análise, para, na sequência, abordar como o turismo insere novas lógicas no espaço e produz territórios.

3.1 ESPAÇO GEOGRÁFICO E TURISMO

O contato entre pessoas de diferentes origens gera novas relações econômicas e também sociais. Irving (2009), por exemplo, define o turismo como um fenômeno social, baseado no encontro de pessoas em busca de novas experiências e descobertas. Guy Debord (1997 [1967], p.112), em sua célebre obra *A sociedade do espetáculo*, ao refletir sobre o planejamento do espaço, concebe o turismo como um subproduto da circulação das mercadorias; sendo uma “circulação humana considerada como consumo, resume-se fundamentalmente no lazer de ir e ver o que se tornou banal”. A abordagem geográfica contempla a dimensão dessa relação socioespacial do turismo, que se configura como “um vetor da organização espacial, da ação social de que se apropria e interfere nos lugares, sustentando-se neles” (CORIOLANO; SILVA, 2005, p. 96).

A inter-relação entre as duas áreas do conhecimento em questão, Geografia e Turismo, auxilia o entendimento do fenômeno turístico a partir do estudo do espaço, que carrega em si a história de determinado lugar, apresentando-se como um resultado, mas também como processo. Nos estudos dedicados à análise do turismo, o termo espaço é recorrente e assume diversos enfoques. Independentemente da escala, a atividade turística sempre traz alterações de ordens diversas, transformando não só o cotidiano de uma localidade, mas também o seu modo de vida e, conseqüentemente, o espaço como um todo.

Antes de abordar a produção de espaços pelo turismo faz-se necessário entender o conceito de espaço geográfico e sua construção histórica no âmbito das ciências geográficas.

O período que compreende as décadas de 1970 e 1980 foi marcado por grandes questionamentos teóricos, impondo um desafio para diversos campos do saber que buscavam novos entendimentos para uma sociedade em transformação (MOREIRA, 2002). Diante de todo um contexto histórico que resultou na crítica ao modelo pós-moderno, esta conjuntura deu lugar a grandes debates em torno da geografia, dando origem ao que se denominou “a renovação da geografia brasileira” ou, como denominado por Milton Santos (1986 [1978]), a Geografia Nova, que pressupunha a geografia como integrante das ciências sociais, considerando a intrínseca relação entre a sociedade e o espaço geográfico. Santos definiu o espaço social como “objeto explícito” da geografia (SANTOS, 1986 [1978], p. 115).

Segundo Moreira (2002), pode-se considerar que o debate teórico teve como orientação três importantes abordagens: o espaço-produto, o espaço-reprodução — ambos de natureza epistemológica — e o espaço-ação, “voltado para fora”, para as experiências empíricas. O espaço-produto seria um produto da história, um espaço produzido a partir da relação do homem com o meio, do intercâmbio direto do homem com a natureza. O espaço-reprodução refere-se ao espaço produzido através da produção da própria sociedade, que define as distribuições e organizações territoriais; trata-se do espaço como mediação.

A definição de espaço-ação decorre do debate crítico que busca a ponte entre teoria e prática, entendendo-se a ação como medidora das relações estruturais da sociedade (MOREIRA, 2002). Nesse aspecto, Andrade (1989) afirma que o reconhecimento do processo dialético na produção do espaço demanda dos geógrafos o domínio de teorias que permitam uma análise tanto dos processos naturais como da estrutura da sociedade e suas peculiaridades sociais e econômicas, considerando sempre o momento histórico em que se vive.

Milton Santos (2012[1996]) se refere ao espaço e ao tempo como categorias indissociáveis, sendo o espaço um conjunto de sistemas de objetos e sistemas de ações, conectados e configurados num dado momento histórico. Para ele, os objetos não têm realidade filosófica, só fazem sentido quando associados a um sistema de ações. Assim, da mesma forma, as ações não existem sem a presença dos objetos, e do mesmo modo o espaço se transforma e identifica sua própria dinâmica, tendo essa relação como processo e, também, como resultado.

Ao olhar da Geografia Crítica, a análise do espaço parte de uma análise conjuntural. Segundo Capdepón (2004), existem interpretações que veem nesse movimento da geografia, enquanto ciência, uma conexão com as ideias humanistas, devido às abordagens relacionadas aos indivíduos, às vivências, às emoções pessoais e à interpretação do entorno. Portanto, as contribuições de outras linhas teórico-metodológicas, como a abordagem a partir da paisagem e das percepções dos sujeitos, oferecida pela geografia cultural, tendem a enriquecer a análise da prática turística.

O turismo impulsiona transformações substantivas no espaço, não encontrando limites para a sua penetração, agindo, inclusive, na remodelação da paisagem (PAIVA, 2008). A paisagem pode ser compreendida como a parte visível do

espaço que exprime as relações estabelecidas entre o homem e a natureza, trata-se do espaço humano em seu aspecto visual (SANTOS, 2002). Silveira (2014), a partir de uma abordagem sistêmica, considera a paisagem como um complexo sistema de relações articulado em três principais componentes interdependentes:

- 1) a paisagem espaço-suporte: porção do espaço compreendida pela visão, formada de objetos e apropriada por diferentes grupos sociais;
- 2) a paisagem espaço-visível: uma vista panorâmica, uma vista de um lugar;
- 3) a paisagem-representação ou espaço percebido: cada pessoa percebe a paisagem de acordo com a própria percepção. (SILVEIRA, 2014, p. 58-59).

Os componentes da paisagem propostos por Silveira (2014) demonstram a riqueza conceitual que o termo abarca e auxiliam na análise do turismo como agente transformador e consumidor da paisagem, que é considerada um recurso, componente do espaço turístico.

Dentre os estudos realizados por geógrafos em busca da definição do espaço turístico destaca-se o do francês Jean Marie Miossec (1977), que definiu espaço turístico como uma imagem formulada pelos turistas a partir da percepção e experiências individuais, que seriam únicas e subjetivas. O espaço, nesse caso, não é turístico, mas se torna turístico a partir da vivência de cada pessoa. Porém, o desejo de experienciar esses locais gera um fluxo de visitantes que demandam determinada estrutura — de acesso, hospedagem, alimentação, lazer — alterando social e economicamente o espaço e gerando uma nova lógica produtiva, a do capital, diferenciando assim o espaço turístico da imagem turística (PIMENTEL, 2009).

Fratucci (2008) analisa que entre os diversos modelos propostos para analisar o espaço turístico, tais como os de Campbell (1976)¹ e Leiper (1981)², Miossec (1977) apresentou um avanço ao incorporar ao conceito a visão do turista e da localidade receptora, diferentemente dos autores citados que mantinham o foco sempre no deslocamento entre o polo emissivo e o receptivo, partindo da ótica do mercado para analisar o espaço do turismo.

¹ CAMPBELL, C. K. **An approach to research in recreational geography**. B. C. Occasional Papers. 1967, n. 7, p. 85-90. Depto. Of Geography, University of British Columbia, Vancouver.

² LEIPER, N. **Towards a cohesive curriculum in tourism**: the case for a distinct discipline. Annals of Tourism Research, v. VIII, n. 1, 1981.

Um dos autores mais referenciados no Brasil em planejamento e ordenamento do turismo é o arquiteto argentino Roberto Boullón. Em *Planejamento do espaço turístico*, o autor define espaço turístico como

(...) a consequência da presença e distribuição territorial dos atrativos turísticos que, não devemos esquecer, são a matéria-prima do turismo. Este elemento do patrimônio turístico, mais o empreendimento e a infraestrutura turística, são suficientes para definir o espaço turístico de qualquer país. (BOULLÓN, 2002, p. 79).

Boullón (2002) propôs um modelo de sistema turístico baseado na relação oferta–demanda orientado pela perspectiva de mercado. Ao desenvolver sua teoria, apresentou um método empírico para definir o espaço turístico a partir da extensão territorial e da concentração e distribuição dos atrativos e equipamentos turísticos. Dessa forma apresenta os componentes do espaço turístico, organizados em escala descendente: zona turística, área turística, complexo turístico, centro turístico, unidade turística, núcleo turístico, conjunto turístico e corredor turístico (BOULLÓN, 2002).

Entende-se que o espaço turístico, como proposto por Boullón e muito utilizado pelos agentes e políticas públicas de ordenamento do turismo³, não explora a complexidade dos processos gerados pelo turismo no espaço onde ele se manifesta. Assim, este estudo aborda o turismo pela perspectiva do território e a produção do espaço pelo e para o turismo, pois, como afirma Fratucci (2008), a categoria de território do turismo inclui, além das ações do poder público, as ações dos demais agentes produtivos do turismo, as relações sociais que nele se estabelecem, considerando os interesses, as expectativas e as subjetividades de cada grupo envolvido, exigindo dos estudiosos e gestores uma visão mais ampliada e dialógica (FRATUCCI, 2008).

Ao considerar a transformação do espaço, Luchiari (2000) aponta que o turismo impõe novas territorialidades aos locais atrativos. Quando os transforma em mercadorias simbólicas mitifica uma dada realidade por meio de novos conteúdos, construindo assim, real e simbolicamente, os territórios turísticos. Dessa forma, pode-se entender que o turismo, como uma atividade social geradora de atividades econômicas, como afirma Nicolas (2001), reproduz espaços e constrói territórios a

³ Planos Nacionais de Turismo de 2003-2007 e 2007-2010. Disponíveis em:
<<http://www.turismo.gov.br>>

partir de uma dinâmica diversa e única, sendo que cada localidade possui suas próprias especificidades na configuração do espaço.

O entendimento do Espaço, enquanto conceito, permite o desdobramento para outras categorias de análise como Região e Território, ambas de fundamental importância para a análise do Caminho do Vinho. Vale ressaltar que tais conceitos se relacionam constantemente, logo, não são categorias isoladas. Assim sendo, este trabalho se propõe a estudar o turismo por meio das interfaces dos conceitos da geografia e, para fins metodológicos, privilegiar a análise da produção do território, sendo este a dimensão espacial apreendida por esse estudo.

3.2 REGIÃO E TERRITÓRIO — ASPECTOS CONCEITUAIS PARA UMA ANÁLISE DO TURISMO

Os estudos voltados ao turismo frequentemente partem de uma análise do espaço, assim como de outro conceito-chave na geografia: a região. Por sua centralidade nos estudos geográficos e devido à localização da Colônia Mergulhão na região metropolitana de Curitiba, segue-se uma breve discussão sobre o conceito de região e, mais especificamente, de região metropolitana.

Como apontado por Haesbaert (1999), a polissemia do termo região traz entendimentos diferenciados como “esfera de domínio de algo” ou “de espaço ocupado por alguma coisa”. Em sentido mais restrito, a região estaria relacionada com poder e comando, vinculado à raiz do termo “regere”, porém, nesse sentido, tal conotação perde força, ao passo que o conceito de território ganha relevância no entendimento de sua construção, a partir de relações políticas e socioespaciais. O termo região possui como característica fundamental o recorte espacial a partir de determinados critérios, em diversas escalas, desde o corpo humano até o globo terrestre (HAESBAERT, 1999).

O conhecimento da região exige que se parta do fenômeno local para compreender a sociedade global, como afirma Santos (1997). O conhecimento do todo pode ser alcançado a partir da compreensão de uma de suas partes.

Neste trabalho, busca-se compreender o território turístico do Caminho do Vinho na região onde está inserido. De acordo com a política estadual de Turismo, o município de São José dos Pinhais faz parte da Região Turística Rotas do Pinhão, a

qual abrange 16 municípios⁴. As regiões turísticas constituem um recorte recorrente nos estudos da atividade, porém, o objeto de estudo deste trabalho não será analisado sob essa perspectiva; a ênfase se dá na região metropolitana e o seu processo histórico, na perspectiva de aprofundamento de uma fração do espaço.

Dentre os conceitos utilizados nas ciências geográficas, além de Espaço e Região, destaca-se o de Território. Muito utilizado na atual Geografia latino-americana, o Território diferencia-se da Região pelo enfoque dado ao conceito. Para Haesbaert (2010), a territorialização do espaço ocorre por processos de apropriação, seja ela concreta ou simbólica; trata-se do espaço socialmente construído, por meio de relações de trabalho e poder estabelecidas. Este entendimento possibilita o estudo do turismo como produtor de territórios, ao tempo que este modifica as lógicas e relações do espaço.

A dinâmica socioespacial da atividade turística se apresenta como um transformador do espaço e um produtor de territórios, configurando assim os territórios turísticos. Para alcançar e compreender tal termo serão apresentados aspectos conceituais sobre território, territorialidade e territorialização.

Em um de seus ensaios sobre território, Souza (2003, p. 78) o define como “um espaço definido e delimitado por e a partir de relações de poder”. Para o autor, o território está além das características geoecológicas de uma área ou, ainda, das ligações afetivas e de identidade de determinado grupo com o espaço. Seu motivo condutor está ligado às relações de dominação e influência, sendo assim um instrumento de exercício do poder.

A palavra território geralmente evoca a ideia de Estado-nação, o território nacional, dadas as relações de poder e autonomia. Tal relação é legítima, porém, o território não deve ser reduzido a essa escala ou associado à figura do Estado, pois os territórios são construídos nas mais diversas escalas, podendo ser permanentes ou cíclicos (SOUZA, 2003).

Na tradicional Geografia Política, o conceito surge como um espaço concreto ocupado por um grupo social, sendo tal ocupação geradora de raízes e identidade, destacando-se aqui a visão do território dominado por um Estado-nação, relacionado

⁴ Os municípios que compõem a Rotas do Pinhão são Araucária, Balsa Nova, Bocaiúva do Sul, Campo Largo, Campo Magro, Cerro Azul, Colombo, Curitiba, Lapa, Piên, Pinhais, Piraquara, Quatro Barras, Rio Negro, São José dos Pinhais e Tijucas do Sul.

ao poder e seus aspectos espaciais. O geógrafo alemão Friedrich Ratzel, precursor da Geografia Política, define o território como uma ferramenta de alcance de objetivos políticos, conquista e manutenção do poder, pois para se constituir um Estado-nação é necessário possuir um território.

O geógrafo Candiotto (2010) afirma que Ratzel entende o território “como substrato (palco) para a efetivação da vida humana, sinônimo de solo e outras condições naturais” (CANDIOTTO, 2010, p. 83). Na Geografia Contemporânea destacam-se os estudos de Raffestin (1993), que aponta novas variáveis acerca do território e formas de poder, para além do poder estatal. Raffestin (1982, p. 168) pontua que “o espaço é uma questão de poder, enquanto o território é um produto do poder”⁵ (tradução nossa), sendo que o poder é a capacidade de transformação dos homens, tanto natural como social (CANDIOTTO, 2010).

Na Geografia brasileira, Santos (1994) defende a concepção de que o uso do território, e não o território em si mesmo, faz dele um objeto de análise social. O autor utiliza a expressão território como correspondente de espaço geográfico — sendo este a interação entre um sistema de objetos e um sistema de ações —, onde as complexas relações se complementam e conflitam entre si, definindo a diversidade do seu uso. Assim, compreende-se o território como um conceito híbrido e mutável, sendo o espaço geográfico composto por vários territórios que estabelecem uma relação dialética e contínua (SANTOS, 1996).

A distinção colocada por Santos (2005) entre o território forma e o território usado não determina que este território seja definido por barreiras, delimitado. Trata-se do que Haesbaert (2004) vai definir como território-rede, que se configura a partir da mobilidade da sociedade pós-moderna, dos fluxos e das conexões. O território ultrapassa as delimitações de áreas e passa a formar redes, como acontece com movimentos sociais rurais, ou com o narcotráfico nas grandes metrópoles, em que as relações de poder e comunicação estabelecidas extrapolam os limites geográficos; ou mesmo, com o turismo, que estabelece sua territorialidade para além do destino turístico, já que o fluxo de pessoas do local de origem até o destino pode produzir um território específico, devido à necessidade de deslocamento.

⁵“L'espace est un enjeu du pouvoir tandis que le territoire est un produit du pouvoir dans le sens où le pouvoir n'est pas là”.

Ao trabalhar com conceitos tão complementares, como território, territorialidade e territorialização, e partes integrantes de uma mesma lógica, vale trazer suas diferenças e o entendimento sobre eles apreendidos neste trabalho. Para Raffestin (1993), a territorialidade pode ser definida como um conjunto de relações que se originam num sistema tridimensional sociedade-espço-tempo, relacionando o território com o comportamento de um grupo social. Na busca de uma definição menos abrangente, Souza (1995) aproxima a territorialidade de outros substantivos, como brasilidade, remetendo-o a algo abstrato; caracteriza o território a partir das “relações de poder espacialmente delimitadas e operando sobre um substrato referencial”. Já as territorialidades, no plural, “significam os tipos gerais em que podem ser classificados os territórios conforme suas propriedades”, podendo assim haver diversas territorialidades dentro de um mesmo território (SOUZA, 1995, p. 99). Haesbaert (2004) reforça tal entendimento da territorialidade como algo abstrato, enquanto imagem ou símbolo de um território, que pode se configurar como uma estratégia político-cultural, mesmo quando não há um território concreto, material, como a “Terra Prometida” dos judeus, exemplifica o autor.

Já a territorialização é o processo que levará à criação de um território. Candiottto (1995), ao abordar a territorialização do turismo, afirma que território turístico corresponde ao espaço onde se efetivam as relações de poder entre os atores sociais envolvidos com o turismo. Assim, quando um projeto ou estabelecimento turístico se instala, inicia-se um processo de territorialização do turismo, inserindo novas territorialidades ao local, configurando o que Haesbaert (2004) vai tratar como multiterritorialidade.

Ao analisar a territorialização do espaço, Haesbaert (2004) define três principais vertentes interpretativas: a cultural ou simbólica, a política e a econômica. Para o autor, a dimensão política é a que melhor atende à conceituação de território. Entretanto, Haesbaert (2004) aborda a perspectiva integradora do território que abarca as diversas dimensões, sociais, econômicas, culturais, políticas e naturais, integrando as demais esferas (econômica, política, cultural) do território de forma conectada com as relações sociais nele estabelecidas e o seu momento histórico. Para o autor, é necessário um aprofundamento de estudos do território a partir da concepção do espaço híbrido “entre sociedade e natureza, entre política, economia e cultura e entre materialidade e idealidade” (HAESBAERT, 2004, p. 79).

Tal perspectiva integradora proposta pelo autor contribui para este estudo acerca do Caminho do Vinho, considerando o conjunto de objetos locais e externos ao espaço que passam a se relacionar e a coexistir a partir da territorialização do turismo e da produção do território turístico do Caminho do Vinho, em que novos atores sociais passam a ser inseridos nessa lógica e novas relações de poder são construídas, considerando que o turismo, na grande maioria das vezes, é regido pela lógica de mercado, em que lugares e modos de vida tornam-se mercadorias.

3.3 TERRITÓRIOS TURÍSTICOS

O território turístico resulta do processo de territorialização do turismo, e constitui novas territorialidades. Tal processo pode ser entendido também como turistificação do território, porém, este conceito traz geralmente uma conotação negativa das transformações que o turismo implica, funcionando como um sinônimo de artificialização ou espetacularização. Sem negar tais efeitos, opta-se aqui pelo uso do conceito territorialização do turismo por abarcar o turismo como fenômeno produtor de um território, que vai se sobrepor e se relacionar a outros territórios existentes no espaço geográfico, considerando as dimensões políticas, sociais e econômicas estabelecidas, remetendo, assim, a uma multiterritorialidade (HAESBAERT, 2004).

Esta abordagem da dimensão territorial contribui para uma posterior análise das relações multiformes que o turismo abrange, e tais reflexões auxiliam no entendimento do dinamismo ao qual a prática turística está subordinada. O turismo se caracteriza pela sua dinâmica de deslocamento, com pessoas se deslocando de um polo emissor rumo a um polo receptor, o destino turístico. A fixidez do produto turístico situado no espaço caracteriza a necessidade do deslocamento espacial do turista/consumidor até o seu produto, o espaço a ser consumido (CRUZ, 2002).

É nesse espaço de lazer e consumo que o território turístico se configura de forma mais proeminente, na escala local, no destino. Timón (2004) afirma que o turista “compra” algo parecido com um direito de uso temporal sobre uma realidade geográfica-cultural, denominado destino, que por este consumo se transforma em um produto turístico. Assim, o espaço se transforma para atender às demandas de um novo público.

O turismo apropria-se e impõe sua lógica de uso nos espaços, ressignificando seus objetos, a despeito dos conflitos que possam surgir desse processo. Pois, como afirma a geógrafa Rita de Cássia Ariza da Cruz (2001, p. 20), “a prática turística promove, em geral, a reorganização desses espaços para que ela possa acontecer”. Além do aparato físico que a atividade demanda, entende-se que a sua territorialização também se caracteriza pelas relações de poder e liderança que se estabelecem ou se reforçam entre os atores envolvidos na atividade.

Coriolano (2006) contribui no debate sobre território turístico ao apontar que o turismo opera na relação espaço-tempo, uma vez que ele agiliza a capacidade de organização territorial de uma localidade para atender determinada demanda. Sem o turismo, tais transformações ocorreriam em um tempo e curso diferentes, ou simplesmente não ocorreriam.

Silveira (2014), ao abordar os impactos da apropriação do território pelo turismo, aponta que tais impactos, sejam eles econômicos, socioculturais e/ou ambientais, são decorrentes de diversos fatores, entre os quais: fluxo de turistas, localização e distribuição da oferta turística, estrutura econômica e social locais, fragilidade ambiental, infraestrutura de apoio e diferenças sociais e culturais entre visitantes e visitados. Isso posto, entende-se que em cada localidade o turismo produz efeitos específicos, tanto negativos quanto positivos. O referido autor aponta que a intensidade dos impactos está condicionada ao arranjo do espaço turístico e ao seu grau de integração com a estrutura produtiva deste espaço. Concordando com o exposto, pode-se afirmar que quando o turismo está diretamente relacionado com as atividades produtivas de determinada localidade, a atividade tende a ser mantida de forma mais autônoma e menos dependente de agentes externos.

Considerando o espaço como um produto histórico, processo e resultado das relações nele estabelecidas por seus agentes sociais, a seguir será abordada a participação dos agentes do turismo elencados nessa pesquisa na apropriação do espaço e produção do território turístico do Caminho do Vinho.

3.3.1 Agentes produtores do espaço — um recorte para o estudo do Caminho do Vinho

Para Corrêa (2011, p. 43), a produção do espaço é

consequência da ação de agentes sociais concretos, históricos, dotados de interesses, estratégias e práticas espaciais próprias, portadores de contradições e geradores de conflitos entre eles mesmos e com outros segmentos da sociedade.

Assim, pode-se entender o espaço como um produto histórico, processo e resultado das relações nele estabelecidas por diversos agentes sociais.

Em estudos sobre território e turismo, o geógrafo francês Knafo (2001) sugere que, para melhor analisar o turismo, é necessário extrapolar a dinâmica de mercado e considerá-lo como um fenômeno humano, multiforme, para poder perceber as relações existentes entre a atividade e os territórios. O autor identifica três fontes de turistificação dos espaços: os turistas, o mercado e os planejadores. No primeiro caso, considera-se a origem dos espaços turísticos, sem o deslocamento de turistas e a busca por novos lugares não haveria o turismo em si.

A segunda fonte de turistificação proposta é o mercado, que, para o autor, apropria-se dos espaços e os transforma em produtos; não se trata mais da prática do turismo, mas sim da atividade turística enquanto atividade econômica, considerando que estas duas diferentes abordagens não são desconexas. Para Knafo (2001), os operadores do mercado turístico devem analisar as práticas turísticas para além do mercado, pois a sua dinâmica pode definir novos aspectos e tendências para a atividade.

Os planejadores e promotores territoriais constituem a terceira fonte de turistificação. Knafo (2001) considera que eles estão mais relacionados ao território do que às fontes anteriores, externas ao lugar; trata-se de iniciativas locais, regionais ou nacionais de planejamento e promoção de um determinado território.

Seguindo essa proposição de turistificação dos espaços, para o autor, a relação entre turismo e território ocorre de três formas: a primeira diz respeito ao território sem turismo — trata-se dos locais onde não houve apropriação dos espaços pelo turismo. Há também o turismo sem território — são os espaços criados exclusivamente para o lazer e para o turismo, como os *resorts* e parques temáticos. E a terceira relação trata dos territórios produzidos pelos turistas e retomados pelos operadores e planejadores,

são os territórios turísticos (KNAFOU, 2001). Dessa forma, Knafou situa o turista no centro da produção de um território turístico, como o agente social que descobre uma localidade que será, posteriormente, apropriada pelos agentes do mercado (hoteleiros, operadores, etc.) e pelo poder público, por meio de ações de reordenamento e de regulação do uso do solo.

Entretanto, Fratucci (2008, p. 76) propõe uma outra possibilidade para a compreensão da lógica territorial do turismo contemporâneo, ao considerar o “turismo como um conjunto de agentes inter-relacionados no tempo e no espaço, que compõem redes territoriais e de relacionamentos, sazonais, flexíveis e fluídas”, em que distintas lógicas dos agentes envolvidos se encontram e dialogam. Para o autor, além do turista, outros agentes sociais agem e interagem sincronicamente no acontecer do turismo, como os representantes do capital e do mercado, o Estado e as comunidades receptoras representadas pelos trabalhadores empregados pelo setor e a população em geral.

Este trabalho considera o território turístico como resultado da ação de diferentes agentes sociais inseridos em um complexo e dinâmico sistema. Dessa forma, busca-se compreender os papéis dos agentes do turismo apontados nessa pesquisa, enquanto produtores do espaço.

Agentes Públicos — Estado

A ação dos agentes públicos, representantes do Estado, pode abranger os diversos níveis de governo, desde o nacional até o municipal. Por meio de suas variadas instâncias de poder público, o Estado busca estabelecer regras e normas para o sistema turístico de forma a atender às necessidades das populações residentes, porém, sem esquecer a lógica do capital que rege a atividade turística (FRATUCCI, 2008).

Para Beni (2002), em *Análise estrutural do turismo*, do ponto de vista econômico, o turismo requer a intervenção do Estado por consistir em uma atividade plurissetorial que necessita de coordenação e planejamento, e tal função cabe ao setor público. Além do viés econômico, o turismo possui implicações sociais e culturais que não devem interessar apenas ao mercado, mas, sobretudo, ao Governo, que deve garantir os interesses da coletividade (BENI, 2002).

Conforme aponta Silveira (2002), a intervenção do Estado e o planejamento turístico governamental são necessários no processo de desenvolvimento do turismo, de forma a prevenir ou minimizar os impactos indesejados da atividade. Beni (2002, p. 100) afirma que o Estado deve “construir uma ponte” entre a análise turística abstrata e a ação concreta por meio de uma Política de Turismo, que consiste em um conjunto de fatores condicionantes e de diretrizes básicas que “determinam as prioridades da ação executiva, supletiva ou assistencial do Estado; facilitam o planejamento das empresas do setor quanto aos empreendimentos e às atividades mais suscetíveis de receber apoio estatal”. O autor ressalta que a Política de Turismo, independentemente do nível de governo (municipal, estadual ou federal), deve se orientar pelos condicionantes cultural, social e econômico do turismo, já que a atividade pode ser empregada para diversos fins.

De acordo com Hall (2001), a intervenção do poder público no turismo pode ser direcionada para buscar a melhoria da sua competitividade econômica; corrigir e organizar os direitos de propriedade da terra; permitir uma visão integral do setor que observe e incorpore as suas externalidades; reduzir custos e incertezas; apoiar projetos com elevados custos de capital e que envolvam novas tecnologias; educar e informar. Para o autor, o papel do Estado deve estar relacionado ao estímulo da sustentabilidade das redes de relacionamento que estruturam o turismo.

Entretanto, como aponta Fratucci (2008), existe uma inconsistência entre os discursos do poder público e suas ações no que tange à gestão das áreas turísticas, uma vez que os discursos pregam o afastamento do Estado, mas os agentes de mercado pressionam por investimento em infraestrutura para que seus negócios se instalem sem riscos de prejuízo, ou então, buscam o Estado como financiador dos investimentos. Cruz (2006) afirma que na década de 1990, no Brasil, com a consagração do neoliberalismo, o Estado passou por uma transição, deixando de ser um Estado interventor no setor de turismo, para ser um Estado amigo do mercado, refletindo em políticas públicas comprometidas com a produção e reprodução do capital e a configuração do espaço como mercadoria.

Esta crítica aponta que as ações dos agentes públicos em relação ao desenvolvimento do turismo priorizam o campo econômico da atividade, a despeito das dimensões culturais, sociais e ambientais que o turismo contempla. Essa concepção fornece suporte para analisar o Caminho do Vinho, uma vez que a criação

do roteiro turístico foi resultado da convergência de políticas públicas estaduais e municipais voltadas ao desenvolvimento do turismo.

Agentes do mercado turístico

Duas características diferenciam o turismo de outras atividades econômicas e produtivas. Primeiramente, antes de ser uma atividade econômica, o turismo é uma prática social; em segundo lugar, o principal objeto de consumo é o próprio espaço onde se realiza (CRUZ, 2006). Partindo dessa premissa, o segundo agente social produtor do turismo tratado neste trabalho refere-se à atividade econômica, que surge a partir da apropriação prática do turismo e do lazer pelo capital.

Os agentes de mercado do turismo, denominados *trade* turístico, são os produtores da atividade turística, que decorre das necessidades geradas pelos deslocamentos temporários e se caracteriza por um sistema de produção instalado nos centros emissores, nos receptores e nos corredores de ligação, por meio da oferta de produtos e serviços que tornam a viagem mais atraente e confortável (FRATUCCI, 2008).

A teoria do ciclo de vida das destinações turísticas⁶ proposta por Butler (1980), com base em uma visão mercadológica da atividade, demonstra que a ação dos agentes de mercado em um processo de turistificação do espaço pode ocorrer das seguintes formas: a) fases iniciais do ciclo de vida, em que a produção dos bens e serviços turísticos fica a cargo de agentes de mercado locais, membros da população residente; b) divulgação do destino pela mídia, em que se observa uma etapa de crescimento mais acelerado dos fluxos de demanda turística. Agentes de mercado endógenos começam a chegar e substituem os agentes de mercado local (tanto pela compra dos seus empreendimentos como pela concorrência), impondo uma lógica de produção mais profissional; c) com a maturidade e a saturação do destino, observa-se uma paralisação da entrada de novos investidores externos, seguida pela retirada daqueles originalmente endógenos que, não satisfeitos com o nível de rentabilidade

⁶ O conceito mercadológico proposto por Butler (1980) sobre o ciclo de vida do destino turístico, tendo o espaço como um produto a ser produzido e consumido, considera que o crescimento do destino se inicia de maneira lenta, para depois vivenciar um crescimento rápido, estabilidade e, finalmente, o declínio do produto. A etapa final pode ser evitada quando o destino se reinventa e se adapta às demandas do mercado.

obtido no local, identificam novas oportunidades em outros destinos turísticos mais novos (FRATUCCI, 2008).

Considerando os diversos contextos em que a atividade turística se realiza, a duração do ciclo de vida do destino turístico proposto por Butler (1980) varia significativamente, dificultando a indicação de parâmetros para comparação e acompanhamento. Entretanto, a forma de atuação dos agentes de mercado tende a seguir um padrão de comportamento, voltado ao lucro e à competitividade do setor (FRATUCCI, 2008). Assim, os estudos de Butler auxiliam na compreensão do comportamento dos agentes de mercado analisados no Caminho do Vinho.

Considera-se o mercado turístico como a relação estabelecida entre a demanda — quantidade de um bem ou serviço que os turistas e visitantes desejam e podem consumir — e a oferta turística — quantidade de bens e serviços disponíveis capazes de atrair e atender em uma determinada localidade, durante um período determinado de tempo, um público visitante. A partir da realidade do objeto deste trabalho, os agentes de mercado analisados referem-se à oferta de produtos e serviços turísticos no Caminho do Vinho, especificamente aos proprietários e proprietárias de estabelecimentos turísticos, os quais, na maioria das vezes, são também residentes da Colônia Mergulhão. Entretanto, atuam na produção do espaço de maneira distinta dos demais residentes, agentes abordados a seguir.

População residente

A população residente possui os espaços apropriados pelo e para o turismo como seu território de vida, onde o cotidiano se reproduz; assim, é também reconhecida como agente produtora do espaço.

Ao abordar o tema da população autóctone nos destinos turísticos, o sociólogo Jost Krippendorf (1989) faz uma análise entre os viajantes, os que visitam, e os viajados, os que são visitados. Para ele, pesquisas sobre os viajados são incipientes, e afirma que o turismo transforma a hospitalidade espontânea e gratuita em um produto a ser comercializado, e a opinião do autóctone não é ouvida, seu espaço não é respeitado.

Considerando que a população autóctone, local, não é um agente único e homogêneo, Krippendorf (1989), na tentativa de classificar minimamente tal

diversidade, divide os “viajados” em cinco categorias: os que estão em contato direto com os turistas (trabalhadores do setor); os empresários, de empresas turísticas locais e de outras que indiretamente dependem do turismo; os habitantes que, mesmo mantendo contatos diretos com os turistas, não dependem totalmente deles para obter seus ganhos; os habitantes que não mantêm nenhum contato com os turistas; os políticos e governantes.

Utilizando a classificação proposta por Krippendorf (1989), os agentes que serão tratados nesta seção são os habitantes que, mesmo mantendo contato direto com os turistas, não dependem totalmente deles para obterem seus ganhos; aqui são definidos como residentes não envolvidos com o turismo. Trata-se da população residente na Colônia Mergulhão que não desenvolve atividades relacionadas diretamente com o turismo, mas que compõe e, também, produz o território turístico do Caminho do Vinho juntamente com os demais agentes produtores do espaço.

Para melhor perceber as peculiaridades do Caminho do Vinho como território turístico será realizada a seguir uma contextualização das demandas dos grandes centros em relação aos espaços periféricos e rurais de seus entornos, a fim de situar a Colônia Mergulhão e o Caminho do Vinho neste debate.

3.4 TURISMO: RELAÇÕES ENTRE O RURAL E O URBANO

Muitas atividades de lazer são realizadas no espaço rural, entretanto, nem todas são classificadas como Turismo Rural. Portanto, ao contextualizar o complexo panorama em que se insere o turismo no espaço rural, faz-se necessário esclarecer este segmento da atividade turística.

De acordo com as experiências realizadas no Brasil, o turismo rural é definido oficialmente pelo Ministério do Turismo (MTur) como um “conjunto de atividades desenvolvidas no meio rural, comprometido com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade” (BRASIL, 2008, p. 19). Trata-se da oferta turística no meio rural que tenha como referência a ruralidade e abrigue propriedades de grande, médio e pequeno porte, como também unidades agrícolas consideradas tipicamente familiares.

Sendo assim, o segmento do turismo rural está relacionado com a motivação dos turistas e visitantes, que buscam na experiência as especificidades da vida rural e suas paisagens. A dificuldade em definir o que é rural se estende para as denominações do fenômeno turístico. Muitos debates ocorrem acerca do que seria um turismo rural. Como o espaço rural também abriga inúmeras práticas turísticas que não são necessariamente consideradas turismo rural, o Ministério do Turismo (BRASIL, 2007) convencionou defini-las como Turismo no Espaço Rural, que pode abarcar atividades de lazer, esportes, eventos, hospedagem e outras tantas que ocorrem de forma alheia ao meio no qual estão inseridas. Neste estudo, será adotada a perspectiva que diferencia o “Turismo Rural” do “Turismo no Espaço Rural”.

Outro termo que se destaca no debate é o Turismo Rural na Agricultura Familiar (TRAF), que se relaciona diretamente com a configuração e gestão familiar da propriedade. A presença predominante da agricultura familiar no meio rural brasileiro e o expressivo número de estabelecimentos de produtos e serviços turísticos a ela vinculados fizeram surgir um forte movimento em torno do turismo empreendido por agricultores familiares. A agricultura familiar é concebida a partir dos estudos de Wanderley (1996, p. 2) como “[...] a unidade de produção onde a família é a proprietária dos meios de produção ao mesmo tempo em que assume o trabalho no estabelecimento produtivo e organiza a produção”. O TRAF segue os requisitos da Lei nº 11.326, de 24 de julho de 2006, ou seja: a mão de obra é majoritariamente familiar; a gestão do estabelecimento cabe à própria família; a área da propriedade não supera quatro módulos fiscais; a principal fonte de renda da família se origina de atividades econômicas vinculadas ao estabelecimento (HENRÍQUEZ; SAMPAIO; ZECHNER, 2009).

O TRAF foi incentivado em âmbito nacional pelo Ministério do Turismo e pelo Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA)⁷ como sendo uma ferramenta de diversificação produtiva, fortalecimento da agricultura familiar e valorização do espaço rural. As políticas de apoio ao TRAF no Paraná fizeram parte do conjunto de iniciativas de apoio ao desenvolvimento de projetos voltados ao turismo na RMC no final dos

⁷ A Medida Provisória 76/2016 promoveu a extinção do Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA) e sua fusão com o antigo Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome (MDS), constituindo o atual Ministério do Desenvolvimento Social e Agrário (MDSA).

anos de 1990, sendo o Caminho do Vinho resultado das ações de fomento ao turismo rural.

Embora a Colônia Mergulhão seja majoritariamente composta por propriedades de agricultores e agricultoras familiares, atualmente o Caminho do Vinho já não se configura mais como TRAF, pois as atividades de turismo já não são complementares às demais atividades produtivas, mas, em muitos casos, constituem a principal. Os estabelecimentos de turismo pouco se relacionam à produção rural (MOTTA, 2013). Sendo assim, para fins de pesquisa e considerando as definições do Mtur, cabe classificar o turismo praticado na Colônia Mergulhão como Turismo no Espaço Rural.

Schneider (2006) aponta que alguns elementos devem ser levados em consideração ao se desenvolver o turismo em espaços rurais. Primeiramente, a consciência de que as relações sociais e produtivas precisam ser respeitadas em sua essência diante das demandas do turismo por intervenções socioespaciais. O segundo elemento apontado é a forma como a atividade é proposta em comunidades rurais quanto ao mercado turístico, referindo-se à abordagem mercantilista, que concebe o agricultor como um empreendedor, orientado por uma lógica de maximização de oportunidades (SCHNEIDER, 2006, p. 8).

A expansão da atividade turística nas áreas rurais e no entorno dos grandes centros pode ser entendida, por um lado, como uma resposta ao fenômeno da reestruturação das atividades econômicas no meio rural e crescimento das atividades não agrícolas e, por outro, como uma demanda das populações urbanas por espaços para a realização de atividades de lazer. Devem ser consideradas também as alterações sociais ocorridas nestas populações, como redução da jornada de trabalho, aumento do tempo livre, alterações nos padrões de consumo, elevação da expectativa de vida e a crescente procura por bens não tangíveis (RODRIGUES, 2002).

Com a expansão dos grandes centros, as áreas rurais e urbanas tornaram-se mais próximas, facilitando a circulação de pessoas e mercadorias e estabelecendo novas relações e configurações entre os espaços. Assim, as relações entre o urbano e o rural, a indústria e a agricultura já não podem ser mais percebidas de forma dualista unicamente, já que elas convivem em um mesmo espaço. Santos (2005) afirma que o urbano ultrapassa a cidade e se instala na escala do território,

considerando a urbanização da sociedade e as transformações advindas das relações produtivas destes espaços para além das relações sociais.

Dessa forma, pode-se adotar tal olhar a partir da perspectiva de Lefebvre (1999[1970]) e sua revolução urbana, que parte da hipótese de uma urbanização completa da sociedade, denominada “sociedade urbana”, resultante do processo de intensa industrialização, que absorve a produção agrícola e a transforma em um setor industrial, submetendo-a às exigências de uma relação mercantil. A partir de uma perspectiva de território, o tecido urbano, formado não apenas pelas edificações das cidades mas também pelo conjunto de manifestações de predomínio da cidade sobre o campo, alastra-se e sobrepõe-se à vida agrária, configurando uma relação de dependência e mercantilização do espaço. À vista disso, entende-se que a urbanização da sociedade não se refere apenas à estrutura física dos espaços, mas ao modo como a produção do espaço urbano se sobrepõe à produção do rural, principalmente nas áreas adjacentes aos grandes centros. De fato, Noronha e Hespanhol (2009) afirmam que tais aspectos do processo de produção do espaço urbano rompem com o modelo clássico de cidade contínua ou concentrada; trata-se de um espaço disperso, em que rural e urbano estão diretamente relacionados.

Os espaços localizados próximos às grandes cidades, porém fora do perímetro urbano, muitas vezes possuem paisagens rurais concomitantes a uma dinâmica urbana. Tal espaço, nem rural e nem urbano, pode ser denominado periurbano (NORONHA; HESPANHOL, 2009). Assim pode ser percebida a região da Colônia Mergulhão, situada na área rural de São José dos Pinhais, mas fazendo divisa com o perímetro urbano. Os arredores da Colônia possuem estruturas e construções relacionadas às áreas urbanas, como grandes galpões e estabelecimentos industriais, mas a poucos quilômetros dali, no interior da Colônia, predomina a paisagem rural, a produção agrícola e o turismo.

Alguns autores, como Coelho (1999) e Rua (2006), utilizam o termo “rurbano” para caracterizar a imbricação do espaço urbano no rural e vice-versa. Segundo Rua (2006, p. 86), o rurbano difere da “urbanização do rural”. Esta levaria ao desaparecimento do rural, que se tornaria urbano, enquanto aquele preservaria as especificidades do rural considerando-o, contudo, como um território híbrido, onde urbano e rural interagem.

Como apontado por Vale (2006, p. 81), existem diversas terminologias que buscam conceituar a área rural no entorno da área urbana, tais como: “franja rural-urbana, franja urbana ou rururbana, sombra urbana, subúrbio, ex-urbano, região urbana e semi-urbano”. Souza (2006, p. 182) se refere ao espaço rural da Colônia Mergulhão como rural periurbano, “capaz de constituir sistemas produtivos ou adotar outras estratégias que permitam tirar proveito da diversidade de demandas que o meio urbano lhe coloca”. Essa diversificação de atividades produtivas pode ser definida como pluriatividade⁸.

Rodrigues (2001, p. 106) adota o termo periurbano para classificar o lazer e o turismo praticados em empreendimentos fora do perímetro urbano que não se caracterizam pelos aspectos rurais, diferenciando a prática do turismo rural propriamente dito. Diversas atividades de lazer e recreação se desenvolvem nessas áreas, geralmente realizadas durante finais de semana e feriados, por curtos períodos de tempo, muitas vezes não utilizando serviços de hospedagem⁹.

Considerando a complexidade em classificar as formas com que o turismo se manifesta de acordo com os espaços onde se realiza, este trabalho classifica o Caminho do Vinho como um destino de turismo no espaço rural. Mesmo reconhecendo as características periurbanas, ou rural periurbana, da Colônia Mergulhão, será utilizado o conceito reconhecido pelas entidades planejadoras e

⁸ Concebida como um fenômeno que pressupõe a combinação de duas ou mais atividades, sendo uma delas a agricultura, em uma mesma unidade de produção que pertence a um grupo doméstico, a pluriatividade é uma das estratégias para a diversificação das atividades das famílias rurais (SCHNEIDER, 2006). As famílias pluriativas conciliam as atividades agrícolas produtivas com as atividades remuneradas não-agrícolas, tornando os agricultores empregados e trabalhadores autônomos simultaneamente (CAZELLA; MATTEI, 2002). Alguns estudos, segundo Graziano, Balsadi e Del Grossi (1997), destacam que o meio rural brasileiro vem apresentando um aumento de atividades não agrícolas no meio rural, as quais passaram a integrar cadeias produtivas envolvendo agroindústrias, comunicações e serviços, incluindo o turismo rural. Tal realidade é facilmente percebida nas áreas rurais periurbanas, como na Colônia Mergulhão, onde o turismo se destaca como atividade produtiva.

⁹ A Organização Mundial do Turismo (OMT) (2001, p. 38) afirma que o “turismo compreende as atividades realizadas pelas pessoas durante suas viagens e a estadias em lugares diferentes de seu entorno habitual, por um período de tempo consecutivo inferior a um ano, tendo em vista lazer, negócios ou outros motivos” e classifica os visitantes como turistas — aqueles que pernoitam no destino — e visitantes de um dia ou excursionistas, aqueles que não realizam pernoite, como acontece, de forma geral, no Caminho do Vinho. Entendendo que tal classificação atende fins técnicos e estatísticos sobre a demanda turística, neste trabalho serão utilizados os termos visitantes e turistas para se referir ao público visitante do Caminho do Vinho, corroborando a maioria dos autores que estudam esse território.

gestoras do roteiro, assim como pelos empreendedores, porém, sem desprezar a diversidade conceitual que pode ser analisada a partir do objeto de estudo.

O turismo impõe uma nova funcionalidade aos objetos do espaço; suas formas e funções se arranjam para atender à demanda da atividade por espaços de lazer, paisagens, estrutura de acesso, equipamentos de hospedagem e alimentação, entre outros elementos que vão compor a oferta turística¹⁰. Este arranjo espacial resulta em uma urbanização causada ou intensificada pelo e para o turismo, referenciada como urbanização turística.

O turismo tem uma estreita relação com o espaço urbano. Paiva e Vargas (2013, p. 136) afirmam que “o turismo é um fenômeno eminentemente urbano”, uma vez que a cidade constitui não só o principal centro emissor de turistas, mas também um importante centro de recepção. De uma forma geral, o fluxo de turistas provém dos centros urbanos, onde a infraestrutura de acesso e deslocamento e as condições trabalhistas e financeiras da população, somadas a fatores demográficos aumentam a demanda por lazer e turismo. Da mesma forma que as cidades emitem, também atraem turistas; a ampla gama de oferta gastronômica, arquitetônica, artística e cultural das cidades faz com que elas sejam os principais destinos turísticos mundiais. Como afirma Henriques (2003, p. 163), “a urbanização gera turismo, mas o turismo induz também a urbanização”. Conforme cresce o número de turistas em determinada localidade, avança a demanda por produtos e serviços que atendam esse público consumidor.

O termo urbanização turística surgiu dos estudos de Mullins (1991), que constatou a produção do espaço urbano em decorrência da atividade turística em variadas cidades australianas. Verificou que as cidades com destacado perfil turístico apresentavam diferenças significativas quando comparadas às demais, relacionadas a “vários setores de atividades da economia urbana, o ritmo de crescimento demográfico, os níveis de emprego e subemprego e mesmo a dinâmica dos movimentos sociais e da sociedade civil em geral” (MASCARENHAS, 2004, p. 3), caracterizando uma modalidade de produção e estruturação do espaço urbano.

¹⁰ “A oferta turística de uma localidade é constituída da soma de todos os produtos e serviços adquiridos ou consumidos pelo turista durante a sua estada em uma destinação. É importante ressaltar que esses produtos e serviços são oferecidos por uma gama de produtores e fornecedores diferentes que, apesar de atuarem de forma individual, são entendidos pelo turista como um todo que integra a experiência vivencial da viagem” (RUSCHMANN, 1997, p. 138).

A urbanização turística é um importante fator do crescimento urbano. No Brasil, Luchiari (1999) realizou um estudo relacionando os conceitos apresentados por Mullins (1991) e o caso de Ubatuba, no litoral norte paulista. Luchiari destacou que alguns aspectos da urbanização turística não se relacionam apenas com as práticas do turismo, mas também com o fenômeno urbano da residência secundária, que reflete a dinâmica da urbanização no território metropolitano que utiliza localidades próximas aos grandes centros para a prática de lazer e recreação. A autora também apontou a urbanização precária e excludente que o turismo pode desenvolver ao produzir um consumismo indiscriminado do espaço, ressaltando que o turismo pode produzir cidades tão indesejáveis quanto o fez a urbanização industrial.

Apesar dos estudos sobre a urbanização turística se concentrarem nas áreas litorâneas, ela ocorre indistintamente nos espaços urbanos ou rurais. Tal fenômeno ocorre geralmente em torno dos centros urbanos capazes de viabilizar os fluxos de turistas e o consequente desenvolvimento da atividade, como é o caso da Colônia Mergulhão e o Caminho do Vinho, em São José dos Pinhais, cujas transformações socioespaciais causadas pela territorialização do turismo podem apontar um determinado grau de urbanização turística no local. Para possibilitar a análise de tais transformações será abordado no capítulo seguinte como se deram, espacial e historicamente, o desenvolvimento do turismo e a implementação do Caminho do Vinho na Colônia Mergulhão.

4 O CAMINHO DO VINHO NO CONTEXTO DA REGIÃO METROPOLITANA DE CURITIBA

O estado do Paraná lançou na década de 1990 uma série de ações em prol do planejamento e organização do turismo, entre elas, a estruturação de roteiros turísticos como alternativa produtiva diante das características ambientais e socioculturais de comunidades rurais. Estruturaram-se alguns roteiros regionais, sobretudo na Região Metropolitana de Curitiba, como o Caminho do Vinho, na Colônia Mergulhão, no município de São José dos Pinhais.

Tendo em vista a compreensão do processo de formação do roteiro Caminho do Vinho e as suas particularidades históricas e culturais, este capítulo aborda, primeiramente, a ocupação e o desenvolvimento da Região Metropolitana de Curitiba; na segunda parte descreve como o Anel de Turismo da RMC se desenvolveu, para, em seguida, apresentar a caracterização da área de estudo, o município de São José dos Pinhais e a Colônia Mergulhão, e, finalmente, caracterizar o objeto deste trabalho, o Caminho do Vinho.

4.1 OCUPAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DA REGIÃO METROPOLITANA DE CURITIBA

A Região Metropolitana de Curitiba (RMC) é uma das mais antigas do estado do Paraná quanto ao processo de ocupação. Foi povoada a partir do século XVII por moradores oriundos de São Paulo e de Paranaguá, motivados pela exploração do ouro e pela atividade pecuária, inseridas na rota do tropeirismo, que interligava o Rio Grande do Sul ao interior de São Paulo. Juntamente a estas atividades se desenvolvia a produção de alimentos para consumo, como milho, feijão, mandioca e arroz (CORONA, 2006).

Após a mineração de ouro e o ciclo da pecuária no século XVII e XVIII, o século XIX foi marcado como um próspero período econômico na região com a extração da erva-mate que, juntamente com a produção pecuária, passou a fazer parte do setor produtivo nacional e internacional, resultando na emancipação da

Comarca do Paraná, em 1854 — até então pertencente à província de São Paulo —, e Curitiba passou a ser a capital da província (KARAM, 2001¹¹ *apud* CORONA, 2006).

No final do século XIX, a construção da ferrovia Curitiba-Paranaguá e a abertura da Estrada da Graciosa, ambas ligando a região ao litoral, modificaram o cenário social e econômico do Estado. Em 1850 foi aprovada a Lei de Terras, instituindo a propriedade privada da terra. Neste período surgiram também leis que limitavam a exploração de mão de obra escrava e que culminaram na abolição da escravidão. Como estratégia para substituir essa mão de obra passou a ser incentivada, por meio de políticas imigratórias, a vinda de imigrantes para a região, eminentemente europeus, que se organizaram socialmente em colônias.

Na região de Curitiba várias colônias de imigrantes prosperaram e deram origem a novos municípios, com o desmembramento da capital, tais como São José dos Pinhais, Campo Largo, Bocaiúva do Sul, Rio Branco do Sul, Almirante Tamandaré, Colombo e Araucária (CORONA, 2006).

Com o crescimento de Curitiba como centro econômico e administrativo, acentuaram-se os limites entre o rural e o urbano, e as colônias agrícolas tornaram-se responsáveis pelo abastecimento de alimentos e produtos para o centro urbano, formando assim um cinturão verde, nos moldes europeus (KARAM, 2001 *apud* CORONA, 2006).

De acordo com dados da Coordenação da Região Metropolitana de Curitiba (COMEC) (2006), na década de 1970 dois fatores impulsionaram sobremaneira o desenvolvimento da RMC e o seu crescimento demográfico: a evasão da população rural decorrente da modernização agrícola, com grande parte migrando para Curitiba e arredores; e as políticas nacionais de estímulo ao desenvolvimento regional e urbano, incluindo a institucionalização das Regiões Metropolitanas no país (COMEC, 2006).

Quando um grande centro urbano representa um polo econômico e social para os municípios circundantes e exerce na região intensa atratividade, interligando-os entre si, pode gerar uma região metropolitana (TELES, 2011). Grau (1974, p. 34) define região metropolitana como:

¹¹ KARAM, K. F. **Agricultura orgânica**: estratégia para uma nova ruralidade. Tese (Doutorado em Meio Ambiente e Desenvolvimento). Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2001.

[...] conjunto territorial intensamente urbanizado, com marcante densidade demográfica, que constitui um polo de atividade econômica, apresentando uma estrutura própria definida por funções privadas e fluxos peculiares, formando, em razão disso, uma mesma comunidade socioeconômica em que as necessidades específicas somente podem ser, de modo satisfatório, atendidas através de funções governamentais coordenada e planejadamente exercitadas.

O termo “região metropolitana” surgiu na legislação brasileira em 1967, quando o artigo nº 164 daquela Constituição Federal estabeleceu que a União, mediante lei complementar, poderia estabelecer regiões metropolitanas, constituídas por municípios que, independentemente de sua vinculação administrativa, integrassem a mesma comunidade socioeconômica, visando a realização de serviços comuns.

Assim, na busca por estratégias para solucionar os crescentes problemas dos centros urbanos, como parte da política nacional de desenvolvimento urbano, foram criadas oito regiões metropolitanas¹², por meio da Lei Complementar nº 14, de 08 de junho de 1973, entre elas a Região Metropolitana de Curitiba. Tal lei federal também definiu que cada uma delas deveria possuir um Conselho Deliberativo e um Conselho Consultivo, criados por lei estadual. Como decorrência, o Governo do Estado do Paraná, através da Lei Estadual nº 6.517, de 2 de janeiro de 1974, criou a Coordenação da Região Metropolitana de Curitiba (COMEC), com objetivos voltados à formulação e execução de políticas públicas ligadas aos interesses metropolitanos (COMEC, 2006).

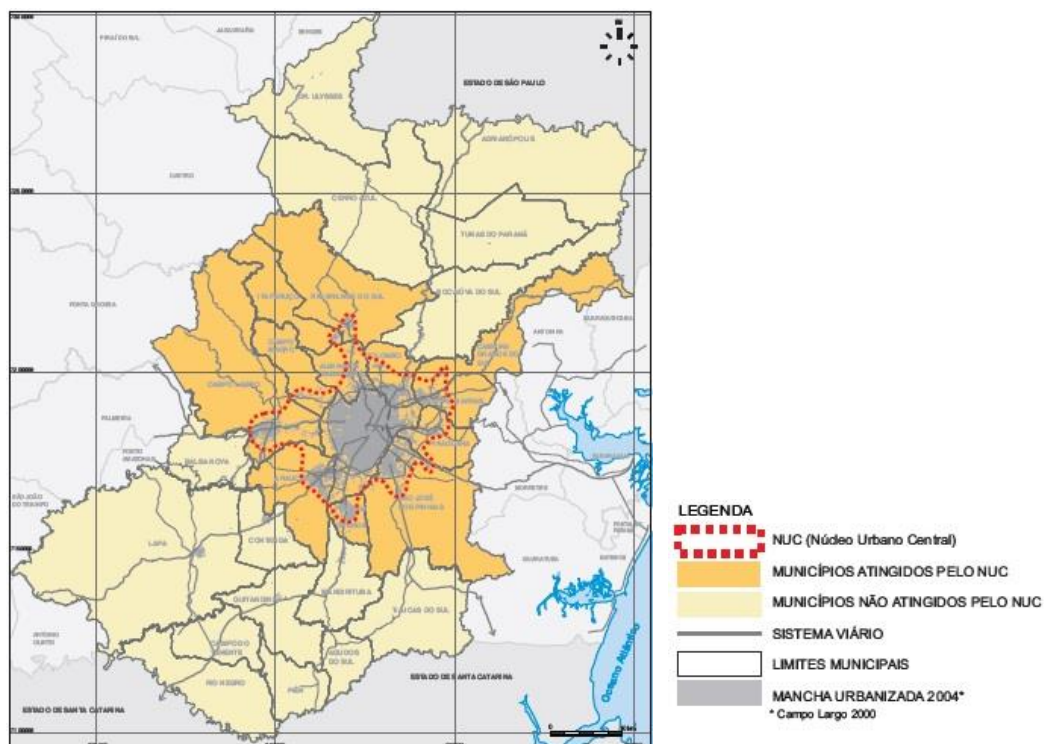
Constituída atualmente por 29¹³ municípios, a RMC (MAPA 1) possui 3.223.836 habitantes e ocupa uma área de 16.581,21 km², a segunda maior região metropolitana do país em extensão.

¹²A Lei Complementar nº 14/73 estabeleceu as Regiões Metropolitanas de São Paulo, Belo Horizonte, Porto Alegre, Recife, Salvador, Curitiba, Belém e Fortaleza.

¹³A RMC é constituída pelos municípios de Adrianópolis, Agudos do Sul, Almirante Tamandaré, Araucária, Balsa Nova, Bocaiúva do Sul, Campina Grande do Sul, Campo do Tenente, Campo Largo, Campo Magro, Cerro Azul, Colombo, Contenda, Curitiba, Doutor Ulysses, Fazenda Rio Grande, Itaperuçu, Lapa, Mandirituba, Piên, Pinhais, Piraquara, Quatro Barras, Quitandinha, Rio Branco do Sul, Rio Negro, São José dos Pinhais, Tijucas do Sul e Tunas do Paraná.

- Primeiro Anel Metropolitano, formado pelos municípios da mancha urbana que não são limítrofes a Curitiba: Balsa Nova, Bocaiúva do Sul, Contenda, Itaperuçu, Mandirituba e Rio Branco do Sul;
- Segundo Anel Metropolitano, formado pelos municípios incorporados à RMC, que se caracterizam pela predominância da área rural: Adrianópolis, Agudos do Sul, Cerro Azul, Dr. Ulysses, Quitandinha, Tijucas do Sul e Tunas do Paraná.

FIGURA 2 – NÚCLEO URBANO CENTRAL DA RMC



FONTE: COMEC (2012).

Tal classificação vai ao encontro da divisão proposta por Fonte (2002) quanto à atividade agrícola na RMC, que pode ser dividida em três zonas. A primeira seria o chamado cinturão verde, caracterizado pelo cultivo de hortaliças nas áreas de mananciais de água, destacando-se os municípios de Colombo e São José dos Pinhais. Na segunda zona agrícola, ao sul da RMC, destacam-se os cultivos de milho, batata e feijão. Já a terceira zona situa-se no Vale do Ribeira, ao norte da RMC, com destaque para a silvicultura, citricultura e demais cultivos para subsistência. Na

década de 1970 a RMC abrigou uma desenvolvida bacia leiteira, que vem perdendo importância no contexto regional.

A RMC possui o maior contingente de população rural entre as regiões metropolitanas do Brasil. A produção agrícola é significativa e responsável por grande parte do abastecimento da capital paranaense. Tal produção foi influenciada pelas condições pedológicas decorrentes das características geológicas do Primeiro Planalto Paranaense, embora a condição climática da região tenha representado dificuldade de adaptação para os imigrantes. Na década de 1960 a modernização agrícola, as políticas públicas voltadas para o setor e o aumento da demanda da população urbana por alimentos contribuíram para o crescimento da produção de determinados cultivos, como o milho e o café, e mais recentemente, a partir da década de 1990, destacam-se a olericultura, fruticultura e avicultura (CANDIOTTO, 2010).

Na década de 1990 a RMC passou por uma intensa ampliação dos espaços apropriados pelas indústrias, antes restritos à capital Curitiba. As novas indústrias, com destaque para o setor automobilístico, se expandiram mais intensamente em alguns municípios da região metropolitana, compondo o aglomerado metropolitano, formado por 12¹⁴ dos 29 municípios da RMC (FIRKOWSKI, 2002).

São José dos Pinhais se destacou como um vetor dessa expansão industrial. Foram criados no município dois distritos industriais, um destinado ao Parque Renault do Brasil e outro ao Parque Industrial de Curitiba, para abrigar o complexo da Audi/Volkswagen (FIRKOWSKI, 2002).

Tais reconfigurações do espaço geram conflitos ambientais e territoriais. A maioria dos municípios da RMC está situada em áreas ambientalmente frágeis, devido à composição geológica e por abrigar mananciais hidrográficos que abastecem a região. O acentuado crescimento industrial acarreta também uma pressão nas áreas rurais, que tiveram parte de seus territórios suprimidos pelo crescimento industrial (CANDIOTTO, 2010).

Com o objetivo de realizar melhorias na bacia do Alto Iguaçu, em 1992 foi instituído o Programa de Saneamento Ambiental (PROSAM), financiado pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID). Ele previa revitalização dos rios, manejo

¹⁴O aglomerado urbano da RMC é formado pelos municípios de Almirante Tamandaré, Araucária, Campina Grande do Sul, Campo Largo, Campo Magro, Colombo, Curitiba, Fazenda Rio Grande, Pinhais, Piraquara, Quatro Barras e São José dos Pinhais.

de bacias hidrográficas, controle de cheias, entre outras ações, como a implantação de tanques para incentivar a piscicultura, posteriormente utilizados para atividades de pesque-pague em algumas localidades, incluindo a Colônia Mergulhão, em São José dos Pinhais.

Em 2002 a COMEC publicou o segundo Plano de Desenvolvimento Integrado (PDI), em que reconhecia a fragilidade dos espaços rurais devido ao avanço da urbanização, e a necessidade de adequar as atividades produtivas aos princípios de conservação ambiental. O PDI apontava a agricultura orgânica, a silvicultura, a fruticultura e o turismo rural como alternativas estratégicas para a região (CORONA, 2006).

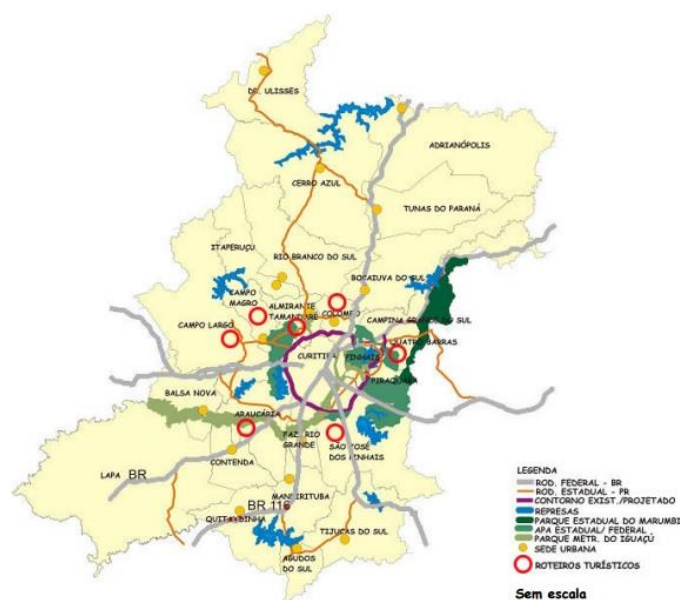
Segundo Candiotto (2010), apesar de a COMEC priorizar o espaço urbano em seu planejamento, ela incentiva o turismo rural como uma alternativa econômica de cunho conservacionista devido à fragilidade e importância ambiental da região, visando garantir a conservação dos mananciais que abastecem Curitiba. Porém, cabe salientar, como aponta Firkowski (2002), que a COMEC, em seu segundo PDI, reconfigurou o planejamento territorial da RMC de forma a beneficiar a instalação dos parques industriais, alterando o PDI elaborado em 1978, que previa uma maior industrialização na região de Curitiba (CIC) e Araucária (região sul), tendo a agricultura e atividades menos impactantes ambientalmente como vetor de desenvolvimento da região leste. Tal ação demonstra que, apesar da retórica de conservação ambiental como diretriz para o desenvolvimento por parte das empresas e instituições de planejamento, os interesses econômicos e produtivos se sobrepõem aos sociais e ambientais.

4.2 O ANEL DE TURISMO DA RMC

Ao entender o turismo como uma ferramenta de dinamização da economia com um baixo impacto ambiental, em 1998 a COMEC e o Instituto Paranaense de Assistência Técnica e Extensão Rural (EMATER) elaboraram uma proposta para o desenvolvimento de roteiros de turismo no entorno de Curitiba. A interligação desses roteiros era representada no mapa por um círculo, e a proposta denominada “Anel de Turismo da Região Metropolitana de Curitiba” (FIGURA 3). A partir de 1999 a proposta

regional passou a contar com a participação do Serviço Social Autônomo Ecoparaná¹⁵, vinculado à Secretaria Estadual de Turismo (SETU)¹⁶.

FIGURA 3 – ANEL DE TURISMO DA RMC



FONTE: SZCHUMAN (*apud* NITSCHKE, 2006, 2007).

O Anel de Turismo da RMC previa a integração de atrativos turísticos já existentes, organizados em roteiros ou isolados, e o desenvolvimento dos potenciais atrativos, que seriam acessados pelo Anel Viário formado por estradas municipais e rodovias estaduais e federais que circundam a capital Curitiba, principal polo emissor de turistas (ECOPARANÁ, 2003).

O projeto tinha como objetivos principais: estabelecer uma proposta de desenvolvimento sustentável em áreas rurais de mananciais; contemplar as Áreas de Proteção Ambiental (APA) com ações promotoras de geração de emprego e renda; recuperar os valores éticos/culturais das populações que promoveram a colonização destas áreas; e conjugar o turismo rural como uma alternativa aos modelos de desenvolvimento existentes (NASCIMENTO; BELTRÃO, 2004).

¹⁵ Com a extinção da SETU, em 2013, a Ecoparaná foi sucedida pela Paraná Projetos e passou a ser vinculada à Secretaria Estadual de Planejamento e Coordenação Geral – PR.

¹⁶ A Lei Estadual 17.745/2013 promoveu a extinção da Secretaria Estadual de Turismo e da Secretaria Estadual de Esporte e criou a Secretaria Estadual de Esporte e do Turismo (SEET), unificando as atribuições das duas estruturas. São vinculadas à SEET as autarquias: Instituto Paranaense de Ciência do Esporte – IPCE; Paraná Turismo; e Centro de Convenções de Curitiba.

Inicialmente, o Anel de Turismo contava com 10 roteiros, divididos em três sub-regiões (QUADRO 2), conforme características de atratividade.

QUADRO 2 – ROTEIROS DO ANEL DE TURISMO DA RMC

<i>Sub-região</i>	<i>Roteiro</i>	<i>Município(s)</i>
Região da Rota dos Mananciais	Circuito Trentino de Turismo na Serra	Piraquara
	Caminho do Mar pela Graciosa	Quatro Barras
	Caminho do Vinho	São José dos Pinhais
	Circuito das Colônias	São José dos Pinhais
Região do Karst	Circuito Italiano de Turismo Rural	Colombo e Bocaiúva do Sul
	Circuito Tamandaré de Turismo Rural	Almirante Tamandaré
	Circuito Verde que te Quero Verde	Campo Magro
	Roteiros das Grutas	Rio Branco do Sul
Região Oeste	Estrada do Mato Grosso	Campo Largo
	Circuito Polonês de Turismo Rural	Araucária

FONTE: Adaptado de NITSCHKE e TELES (2008).

Em 1998 foi implementado o primeiro roteiro, o Circuito Italiano de Turismo Rural, em Colombo, na região do aquífero Karst. No ano seguinte foi lançado o Caminho do Vinho, em São José dos Pinhais, e posteriormente outros circuitos foram sendo organizados e desenvolvidos. Em estudos sobre o turismo na RMC, Nitsche e Teles (2008) relatam que em 2003 foi criado o Fórum Metropolitano de Turismo, iniciativa da Associação dos Municípios da Região Metropolitana de Curitiba (ASSOMECA) que contava com a participação dos secretários municipais responsáveis pelo turismo e tinha a finalidade de representar os interesses dos municípios quanto ao desenvolvimento da atividade em âmbito regional. Como resultado, em 2004 foi lançado o Guia Turístico Rotas do Pinhão, apresentando roteiros de 15 municípios da RMC¹⁷. As Rotas do Pinhão passaram a integrar o Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, do Governo Federal (2003-2007) como uma das regiões prioritárias para o desenvolvimento do turismo no Estado¹⁸ (NITSCHKE; TELES, 2008).

¹⁷ Curitiba, Almirante Tamandaré, Araucária, Balsa Nova, Campina Grande do Sul, Campo Largo, Campo Magro, Colombo, Fazenda Rio Grande, Lapa, Piraquara, Quatro Barras, Quitandinha, São José dos Pinhais e Tijucas do Sul.

¹⁸ De acordo com o Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, atualmente o Paraná conta com 14 Regiões Turísticas: Litoral do Paraná, Rotas do Pinhão, Campos Gerais, a Terra dos Pinheirais - Centro-Sul, Estradas e Caminhos, Corredores das Águas, Norte do Paraná, Norte Pioneiro, Riquezas do Oeste, Vales do Iguaçu, Cataratas do Iguaçu e Caminhos ao Lago de Itaipu, Vale do Ivaí, Roteiros da Comcam e Lagos & Colinas (Disponível em: <www.turismo.pr.gov.br>).

Resultante do Programa de Regionalização do Turismo e da parceria entre a SETU, o Ministério do Turismo (MTUR) e o SEBRAE/PR, foi desenvolvido o Plano Estratégico de Desenvolvimento Turístico Regional. Para Nitsche e Teles (2008), com a inserção do Anel de Turismo nesse programa os municípios passaram a assumir de forma mais efetiva o papel de planejadores, tendo no poder público estadual e em outras entidades um apoio e referência para o desenvolvimento regional estratégico.

Percebe-se que a criação do Caminho do Vinho foi resultado de um processo de planejamento e de políticas públicas, porém, tais ações fundamentaram-se nas características culturais e em iniciativas locais já existentes, já organizadas para a realização de atividades, como a produção e comercialização de vinho. As políticas públicas, o potencial produtivo e a participação comunitária possibilitaram o desenvolvimento do roteiro turístico, sua consolidação no cenário turístico regional e sua autonomia diante das políticas públicas, já que atualmente a comunidade, representada pela ACAVIM, é responsável pela gestão do Caminho do Vinho. As relações entre os atores sociais na produção, no planejamento e na gestão do território turístico serão melhor abordadas em capítulos posteriores.

4.3 SÃO JOSÉ DOS PINHAIS E A COLÔNIA MERGULHÃO

O município de São José dos Pinhais, localizado a sudeste da capital Curitiba, abrange uma área de 946.935 km², é o sexto município paranaense em extensão territorial e o segundo da RMC em termos populacionais, com 264.210 habitantes, dos quais 9,5% estão na área rural. Faz divisa com os municípios de Curitiba, Pinhais, Piraquara, Morretes, Guaratuba, Tijucas do Sul, Mandirituba e Fazenda Rio Grande (IBGE, 2010).

A densidade demográfica do município é de 304,77 hab./km² e o grau de urbanização é de 89,66% (IBGE, 2013). Entretanto, São José dos Pinhais possui a maior parte do território composto por área rural, cerca de 80%, que apresenta altos índices de produtividade, sendo um dos principais municípios fornecedores de hortifrutigranjeiros da Região Metropolitana de Curitiba. Na produção agropecuária destacam-se: milho, banana, feijão, avicultura, ovinos e pecuária (PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO JOSÉ DOS PINHAIS).

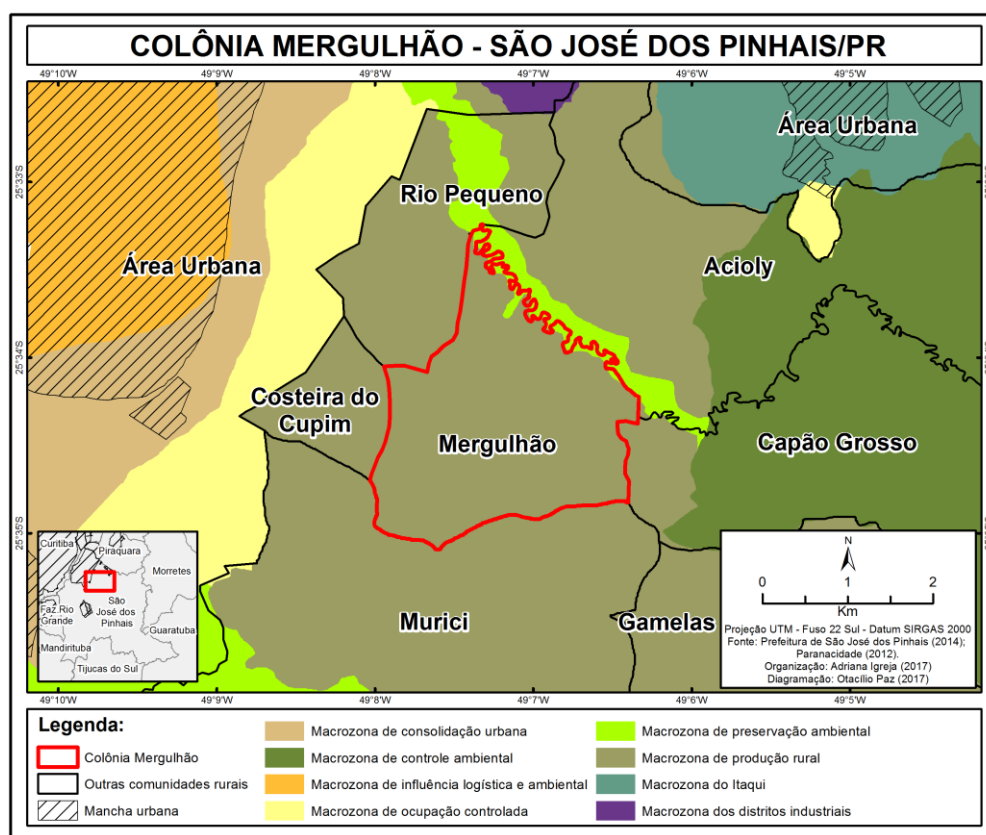
Segundo o Censo 2010 (IBGE, 2010), o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) municipal de São José dos Pinhais é considerado alto, 0,758, e ocupa a 21ª posição em relação aos 399 municípios do Paraná, cujo IDH é 0,749. O município possui o 3º maior PIB do Estado, e o 38º do Brasil. Os setores de indústria e serviços são as atividades mais significativas economicamente, com destaque para o setor industrial automotivo, químico e perfumaria.

A formação histórica de São José dos Pinhais está relacionada com a colonização do território por imigrantes europeus, cuja vinda foi fortemente incentivada entre os anos de 1870 e 1877. Apesar das dificuldades encontradas para a instalação de povoados — como a falta de recursos materiais, dificuldades de acesso à cidade e descaso das autoridades — alguns grupos, como os poloneses, resistiram e permaneceram nas terras (MAROCHI, 2007).

No final do século XIX e início do XX, devido a conflitos políticos na Europa, novos grupos chegaram à região, como os italianos, que deram origem à Colônia Mergulhão, e os ucranianos, na região de Castelhanos e Marcelino. Atualmente tais comunidades se destacam pelas características culturais, como gastronomia e danças típicas, bastante atrativas para a visita.

Situada a 10 quilômetros do centro de São José dos Pinhais, na parte norte do município, a Colônia Mergulhão está inserida em totalidade na planície da porção média da bacia hidrográfica do Rio Pequeno, um dos mais importantes mananciais de abastecimento da região. Faz divisa com as comunidades rurais de Colônia Acioly, Capão Grosso, Murici e Costeira do Cupim (FIGURA 4). O nome da comunidade é inspirado em um pássaro aquático presente na região, o “mergulhão caçador” (PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO JOSÉ DOS PINHAIS).

FIGURA 4 – LOCALIZAÇÃO DA COLÔNIA MERGULHÃO



FONTE: A autora (2017).

A Colônia Mergulhão faz parte do cinturão verde de abastecimento da Região Metropolitana de Curitiba e a produção é predominantemente familiar. De acordo com os estudos de Queiroga (2006) sobre os sistemas agrários de algumas comunidades da RMC, na Colônia Mergulhão, inicialmente as famílias não possuíam implementos para a prática agrícola, tampouco utilizavam tração animal, que passou a ser utilizada posteriormente. A comunidade, além da criação de animais, produzia grãos (milho, trigo, arroz e feijão) e olerícolas, em grande parte para o autoconsumo.

O cultivo da uva e a fabricação de vinho constituem um diferencial no sistema agrário da comunidade, a tradição trazida com as primeiras famílias — Bortolan, Juliatto, Daldin, Pissaia e Possobom — perdurou no tempo, embora atualmente o cultivo de uva seja insuficiente para a fabricação do vinho, sendo comprada em outras localidades, principalmente de fornecedores do Rio Grande do Sul. Além do vinho, as famílias fabricavam derivados de carne suína, como salames, linguiças, copas e queijos, produtos provenientes das criações de bovinos e suínos.

Na região da Colônia Mergulhão, além dos italianos, instalaram-se diversas famílias polonesas, que se concentraram em maior número na comunidade vizinha, Murici. Segundo Queiroga (2006), em 2004 as etnias italiana e polonesa juntas correspondiam a 66,7% da origem dos responsáveis pelos estabelecimentos rurais. Apesar das dificuldades encontradas na adaptação dessas famílias, incluindo as diferenças climáticas para a prática da agricultura, as colônias adaptaram suas produções para atender ao autoconsumo e também à demanda que vinha das cidades próximas.

Entre as décadas de 1920 e 1940, Curitiba passou por uma transição do rural para o urbano industrial, o que resultou em enorme crescimento populacional, de 78.896 para 142.185 habitantes, e, com isso, em aumento da demanda por alimentos. Assim, os agricultores da Mergulhão intensificaram a produção de olerícolas e de leite, adotando novas práticas agrícolas, como uso frequente de máquinas, implementos agrícolas, adubos químicos e agrotóxicos, os quais, por um lado, garantiram maior produtividade e, por outro, intensificaram os impactos da atividade no meio ambiente.

O aumento dos rebanhos bovinos e da exploração do solo começava a degradar os recursos naturais, a alterar a paisagem e a modificar o sistema agrário da comunidade, ao mesmo tempo em que aumentava a produtividade das propriedades e a renda dos agricultores (QUEIROGA, 2006). A forma de produção permanecia familiar, com a contratação de funcionários temporários para auxiliar nas atividades. Conforme pesquisa de Motta (2013), atualmente ainda predominam as pequenas propriedades na Colônia, com dimensões que variam entre 1 e 25 hectares.

A produção de olerícolas e de leite continuou a crescer de acordo com o aumento populacional de Curitiba e sua região metropolitana. Após décadas de crescimento, em 1980 a produção leiteira sofreu uma forte crise, devido à quebra da Cooperativa de Laticínios de Curitiba Ltda. (CLAC), intensificando, assim, a olericultura em diversas propriedades na década de 1990. A viticultura foi fortemente afetada pelo ataque de uma praga conhecida como “pérola-da-terra” (*Eurhizococcus brasiliensis*), provocando o declínio da produção de uva, aumentando a importação do Rio Grande do Sul, que já era praticada desde 1980 (QUEIROGA, 2006). Tal demanda aumentou ainda mais no final dos anos de 1990, quando foi criado o Caminho do Vinho, e o vinho local, que já era conhecido na região, passou a ser divulgado como um atrativo turístico.

Souza (2006), ao analisar algumas comunidades rurais na RMC, aponta que a Colônia Mergulhão é reconhecida por suas múltiplas funções, pois, além de um espaço de produção agrícola, representava já um espaço de lazer e visitação antes mesmo da criação do Caminho do Vinho. Sua posição periurbana contribuiu no desenvolvimento de uma produção agrícola fortemente atrelada ao mercado consumidor e, também, com o fortalecimento da agroindustrialização. O autor afirma que a Colônia, como espaço rural, consegue aproveitar de forma positiva sua condição de rural “periurbano” — sem desconsiderar aqui as tensões e conflitos que essa proximidade com centros urbanos gera — não apenas pela localização, mas por estar ligada às demandas do meio urbano.

Considerando as condições socioeconômicas locais, o Plano Diretor de São José dos Pinhais revisado em 2015, instrumento básico da política de desenvolvimento e expansão urbana municipal, aponta o turismo como um importante vetor de desenvolvimento do município:

SEÇÃO VI – Da Dinâmica Econômica e Turismo

Art. 22. São diretrizes gerais da política de desenvolvimento econômico e turístico:

I – promover a infraestrutura necessária ao desenvolvimento sustentável, incluindo obras, empreendimentos e serviços de utilidade pública, na zona urbana e rural;

II – promover a instalação de empresas no Município, por meio da criação de áreas aptas e de incentivos tributários e urbanísticos;

III – estimular o desenvolvimento do empreendedorismo, visando ampliar a inclusão produtiva no mercado, a geração de renda e a qualificação do trabalhador;

IV – aproveitar a estrutura viária e a posição estratégica do Município, ampliando a infraestrutura e os espaços destinados a exposições e congressos nacionais;

V – promover o desenvolvimento sustentável da zona rural, facilitando e apoiando a agricultura familiar, os empreendimentos eco-sustentáveis e o turismo sustentável, em especial atividades de base comunitária;

VI – criar condições para o desenvolvimento do turismo apropriado às características do Município, gerando sinergias entre eventos, negócios, cultura, gastronomia, compras e agroecoturismo para aumentar a permanência do visitante;

VII – promover, estimular e implementar, em todo o território municipal, mecanismos de identificação e estruturação de locais de interesse histórico, turístico, de valor natural e paisagístico, de modo a assegurar sua sustentabilidade e garantir sua preservação,

VIII – potencializar a capacidade criativa, o conhecimento científico e tecnológico e a inovação no Município para gerar atividades econômicas de alto valor agregado e ambientalmente sustentáveis;

IX – garantir espaços qualificados para a instalação de indústria e comércio de pequeno, médio e grande porte. (SÃO JOSÉ DOS PINHAIS, 2015).

Atualmente São José dos Pinhais não possui um Plano de Desenvolvimento Turístico, entretanto, o Plano Diretor indica a sua elaboração como uma estratégia de desenvolvimento econômico e turístico:

Art. 23. As estratégias para a implementação da política de desenvolvimento econômico e turístico são:

[...]

II – elaborar o Plano de Desenvolvimento Turístico, que determinará objetivos, estratégias e ações para o desenvolvimento sustentável do turismo, conciliando o crescimento econômico com a preservação e a manutenção do patrimônio histórico, cultural e ambiental. (SÃO JOSÉ DOS PINHAIS, 2015).

O Plano Diretor do município criou cinco Áreas Especiais de Interesse Turístico (AEIT)¹⁹ em São José dos Pinhais: as colônias Marcelino, do Taquaral, Castelhanos, Murici e a Mergulhão. Isto indica um reconhecimento pelo poder público municipal da importância da Colônia Mergulhão como referência para o desenvolvimento de demais roteiros e atrativos turísticos.

Desde o ano de 1998 o município conta com um Conselho Municipal de Turismo, criado pela Lei nº 46, de 1º de outubro, refletindo o interesse do poder público municipal no desenvolvimento do turismo. Naquele mesmo ano foi realizado um inventário turístico, dando origem ao projeto de turismo rural Caminho do Vinho, que será abordado a seguir.

4.4 O ROTEIRO DE TURISMO CAMINHO DO VINHO

O potencial turístico da região foi identificado por meio de um inventário realizado pela Prefeitura em 1998, visando à elaboração do Plano de Desenvolvimento Turístico do município de São José dos Pinhais. A Colônia Mergulhão atraía visitantes devido aos pesque-pagues existentes e à comercialização de vinhos. Após a realização do inventário turístico, o Departamento de Turismo da Secretaria Municipal de Indústria, Comércio e Turismo (SICTUR) elaborou um projeto que previa a adequação da infraestrutura local; a restauração das características arquitetônicas das residências; a produção de vinho; a criação de um grupo folclórico;

¹⁹As Áreas Especiais de Interesse Turístico são trechos contínuos do território destinadas à preservação e valorização ambiental e cultural, que serão objetos de planos e projetos de desenvolvimento turístico.

aulas do idioma italiano, dentre outras ações, objetivando a valorização do patrimônio histórico-cultural (TONIETTO, 2005).

O projeto do Caminho do Vinho foi apresentado em 1999 para a comunidade rural. Os agricultores passaram a aderir à proposta por representar uma alternativa para melhoria de renda por meio da intensificação da produção do vinho colonial e de demais produtos, como as geleias, embutidos e queijos. Em estudos sobre a Colônia Mergulhão, Tonietto (2005, p. 70) afirma que muitas das iniciativas de participação no projeto turístico “não podem ser atribuídas à articulação ou à demanda dos agricultores” pois passaram a atrair o interesse dos filhos dos responsáveis pelas propriedades. Eles, em alguns casos, retornaram de outras atividades urbanas para desempenhar ocupações rurais nos estabelecimentos dos pais, sejam elas agrícolas ou não agrícolas, reforçando a pluriatividade presente na colônia.

Em 2000, a Prefeitura Municipal de São José dos Pinhais, via SICTUR, com o objetivo de envolver a comunidade para a valorização dos aspectos culturais da cultura italiana, apoiou a criação do Grupo Folclórico Italiano *Cuore D'Italia*, formado por crianças, jovens e adultos da Colônia, promovendo aulas e apresentações de dança italiana. Atualmente, o grupo possui duas categorias de dançarinos: infantil e adulto. Ambos realizam ensaios semanais. O *Cuore D'Italia* participa anualmente da Festa do Vinho, além de realizar apresentações em outras localidades, e reforça a identidade local relacionada à cultura italiana, fortalecendo os laços culturais na comunidade.

Segundo Motta (2013), com o intuito de arrecadar fundos para o Caminho do Vinho, promover e divulgar o roteiro e o grupo folclórico, em 2002 foi realizada na comunidade a primeira Festa do Vinho, com o apoio financeiro da Prefeitura Municipal. Entretanto, posteriormente, esse financiamento não foi mais possível e a partir da organização comunitária foi criada, em 2004, a Associação Caminho do Vinho – Colônia Mergulhão (ACAVIM), com o intuito de organizar os agricultores envolvidos no roteiro e promover a Festa do Vinho.

A ACAVIM busca preservar a identidade local e realizar atividades relacionadas ao desenvolvimento do roteiro, como a realização de cursos e treinamentos; apresentação das demandas locais para órgãos da administração pública municipal e estadual relacionadas à comunidade, e promoção de eventos,

como a Festa do Vinho. A associação mantém um *site*²⁰ com informações sobre o roteiro e produz o mapa e material de divulgação. Os associados se reúnem mensalmente e contribuem com uma taxa mensal de R\$ 50,00. Para associar-se à ACAVIM é necessário pagar uma “joia” no valor de R\$ 2.000,00, conforme o regulamento. Esse valor é utilizado para a produção da sinalização padronizada dos estabelecimentos e atrativos (FIGURA 5), identificando os integrantes do roteiro e informando ao turista que os estabelecimentos fazem parte de um único destino, o Caminho do Vinho.

FIGURA 5 – SINALIZAÇÃO PADRONIZADA



FONTE: A autora (2016).

FIGURA 6 – PORTAL ITALIANO



FONTE: A autora (2016).

A entrada do Caminho do Vinho é identificada pelo Portal Italiano (FIGURA 6), na Rua Júlio César Setenareski, principal acesso da Colônia Mergulhão, pavimentada por 4 quilômetros, onde se concentra grande parte dos 52 atrativos do roteiro, como mostra a Figura 7.

As casas muradas e a significativa movimentação de veículos trazem características urbanas para o espaço. Nas estradas adjacentes, sem pavimentação, a paisagem se torna rural, com maior espaçamento entre as propriedades e maiores áreas de produção agrícola.

²⁰ Site oficial do Caminho do Vinho: www.caminhodovinho.tur.br

FIGURA 7 – MAPA TURÍSTICO DO CAMINHO DO VINHO



FONTE: ACAVIM. Disponível em: www.caminhodovinho.tur.br

Dentre os 52 estabelecimentos e atrativos, 41 são associados à ACAVIM. No Quadro 3 os estabelecimentos do Caminho do Vinho foram agrupados de acordo com o tipo de serviço, seguindo a classificação da ACAVIM. O roteiro inclui estabelecimentos com diversas atividades, tais como: restaurantes e cafés coloniais, chácaras de lazer e eventos, minhocário, pesque-pagues e uma pousada. Possui edificações típicas da colonização italiana, bem como de outras influências, consideradas de valor histórico.

QUADRO 3 – ESTABELECIMENTOS E ATRATIVOS DO CAMINHO DO VINHO

CATEGORIA	ESTABELECIMENTO/ATRATIVO	ACAVIM
Vinícolas	Adega Bortolan	SIM
	Cantina Della Mamma	SIM
	Chácara Daldin	NÃO
	Vinhos Don Gabriel	SIM
	Vinhos Don Roberto Perbiche	SIM
	Vinhos do Italiano	SIM
	Vinhos Laureanti	SIM
	Vinhos Irmãos Juliatto	SIM
	Vinhos Politano e Salumeria Mergulhão (Vô Dide)	SIM
	Vinhos Vô Vito	SIM
		SIM

Continua

Conclusão

CATEGORIA	ESTABELECIMENTO/ATRATIVO	ACAVIM
Café Colonial	Casa Bela Café	SIM
	Casarão Café Colonial	SIM
	Dulce Café Colonial	SIM
	Vanille Café Colonial	SIM
Restaurantes	Bom Bocado	NÃO
	Bosque Italiano II	SIM
	Dulce Restaurante	SIM
	Casa de Minas	NÃO
	Casa Laureanti	NÃO
	Frutos da Terra	SIM
	Matka Aurélia	NÃO
	Panela de Barro	SIM
	Restaurante Vô João	SIM
	Rancho Bom	SIM
	Sol e Lua	SIM
	Sítio Rio Pequeno	SIM
	Tordilho	NÃO
Lazer e eventos	Armazém do Mazza	SIM
	Castelo di Firenze	NÃO
	Chácara, Eventos e Pousada BellaVite	SIM
	Chácara das Princesas	SIM
	Fazenda Park Mergulhão	NÃO
	Recanto das Hortências	SIM
	Recanto Inspiração	SIM
	Recanto São Miguel	SIM
	Sítio Roda D'água	SIM
	Pesk e Pague Beira Rio	SIM
	Pesk e Pague do Cachimbo	SIM
	Velocross	NÃO
Diversos	Casa do Artesanato - Casa Nonno Húngaro	SIM
	Encantos do Jardim - Floricultura	SIM
	Glória – doces e salgados	SIM
	Minhocário Martins	SIM
	Vinoteca	NÃO
	Cervejaria Vosgerau	NÃO
Construções e casas históricas	Casa Bortolan	SIM
	Casa Ernesto Juliatto	SIM
	Casa João Bortolan	SIM
	Casa Nonno Giacomo	SIM
	Casa Nonno Leonardo	SIM
	Igreja Santo Antônio	SIM
	Capela Nossa Senhora da Imaculada Conceição	SIM
Passeio	Linha Turismo Caminho do Vinho	SIM

FONTE: Adaptado de ACAVIM (2016) www.caminhodovinho.tur.br

Outro atrativo do roteiro é a Linha Turismo, um passeio de ônibus com guia de turismo local, que conduz os visitantes pelo roteiro em 5 horas e inclui 10 paradas para visitas, degustação, compras e refeições. A Linha Turismo parte do centro urbano de São José dos Pinhais nos finais de semana e feriados.

Além da Festa do Vinho, a Colônia se destaca pela realização da maior Caminhada Internacional na Natureza no Paraná. A inserção do Caminho do Vinho no projeto Caminhadas na Natureza²¹ aconteceu em 2007, após a realização da II Oficina Nacional das Caminhadas na Natureza, realizada em Curitiba, evento que teve como produto o primeiro calendário paranaense de Caminhadas na Natureza. O primeiro circuito, intitulado Caminhada Internacional do Caminho do Vinho, foi realizado em 2008.

O evento foi organizado pelo Departamento de Turismo Municipal e pela ACAVIM, com apoio do Grupo Folclórico Italiano *Cuore D'Itália* e outras instituições locais. Atualmente são realizadas, além da Caminhada Internacional do Caminho do Vinho, uma Caminhada Noturna e uma Pedalada Internacional da Natureza, que envolve o Caminho do Vinho e o roteiro Caminho das Colônias, da colônia vizinha, a Murici, compondo o calendário de eventos na Colônia Mergulhão (QUADRO 4).

QUADRO 4 – CALENDÁRIO OFICIAL DE EVENTOS NA COLÔNIA MERGULHÃO

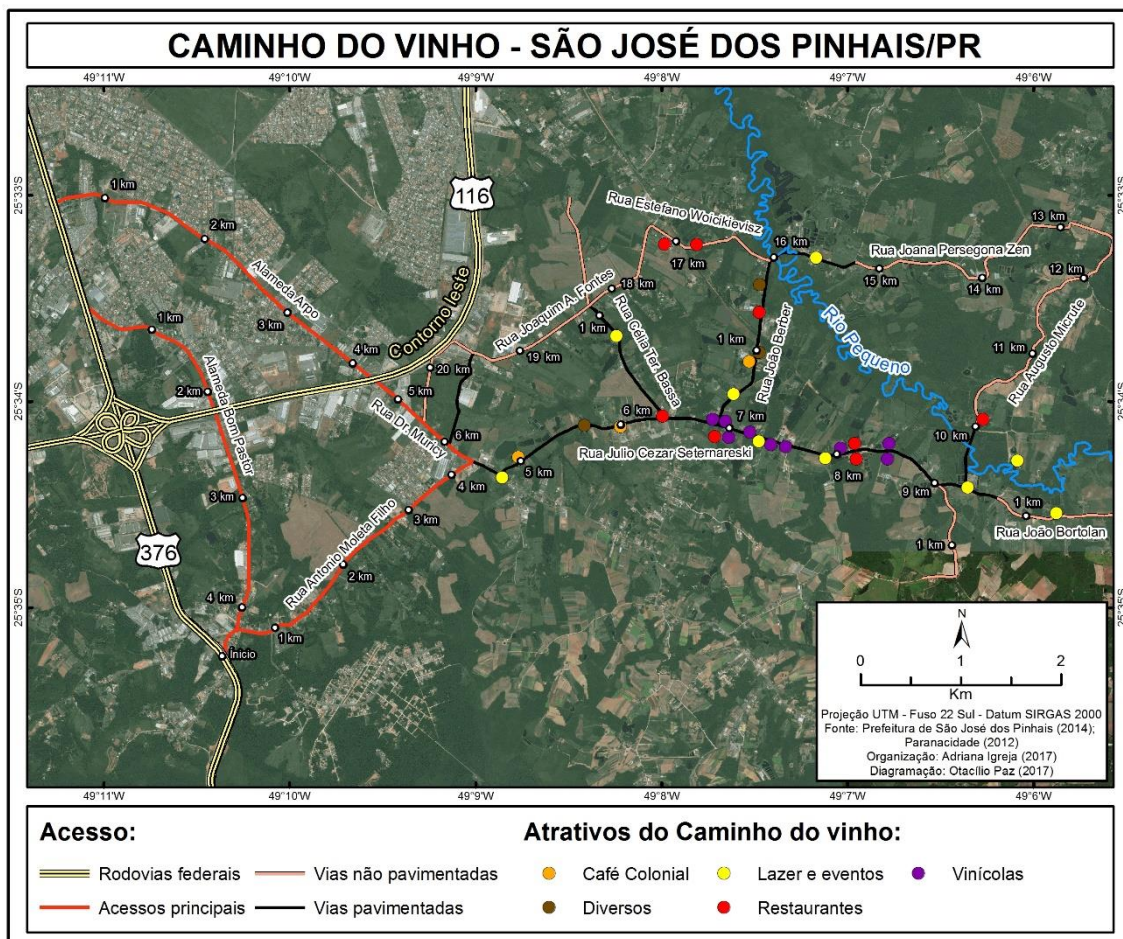
EVENTO	DATA	ORGANIZADORES
Caminhada Internacional da Natureza – Noturna – Circuito Caminho do Vinho e Caminho das Colônias	Março	ACAVIM e Secretaria Municipal de Indústria, Comércio e Turismo
Caminhada Internacional da Natureza – Circuito Caminho do Vinho	Maio	ACAVIM e Secretaria Municipal de Indústria, Comércio e Turismo
Festa do Pinhão	Julho	Secretaria Municipal de Esporte e Lazer
Festa do Vinho	Agosto	ACAVIM e Secretaria Municipal de Indústria, Comércio e Turismo
Pedalada Internacional da Natureza – Caminho do Vinho e Caminho das Colônias	Dezembro	ACAVIM e Secretaria Municipal de Indústria, Comércio e Turismo

FONTE: Adaptado de Prefeitura Municipal de São José dos Pinhais (2016) www.sjp.pr.gov.br

²¹ As Caminhadas Internacionais na Natureza visam a realização de caminhadas de longa distância em circuitos de aproximadamente 10 quilômetros e aliam a prática de atividades físicas à valorização do espaço e modo de vida rurais. Nacionalmente, é coordenado pela organização não governamental (ONG) Anda Brasil, filiada à instituição Federação Internacional dos Esportes Populares (*Internacionaler Volksporter Verbunder - IVV*), sediada na França. No Paraná, o projeto foi trazido pela Secretaria Estadual de Agricultura e Abastecimento em 2008, como parte das ações voltadas para o fortalecimento do Turismo Rural na Agricultura Familiar (TRAF). Os circuitos de caminhada são cadastrados na Anda Brasil e organizados localmente.

O acesso ao Caminho do Vinho pode ser feito pela BR 376, via Avenida das Torres, que liga Curitiba a São José dos Pinhais. Outra opção é pela BR 116, sinalizado em apenas parte do percurso (FIGURA 8).

FIGURA 8 – MAPA DE ACESSO AO CAMINHO DO VINHO



FONTE: A autora (2016).

O caminho mais utilizado pelos visitantes, com sinalização pelo trajeto, é pela BR 376, via Avenida das Torres.

5 PRODUÇÃO DO TERRITÓRIO TURÍSTICO DO CAMINHO DO VINHO — RESULTADOS

Fratucci (2008) entende que o turismo não é sujeito da apropriação dos espaços e sim seu resultado, sendo diversos os agentes sociais que o produzem: os turistas; os agentes do mercado; o Estado; os trabalhadores diretos e indiretos do turismo; e a população em geral. O recorte da pesquisa de campo para este trabalho priorizou analisar a visão dos proprietários e proprietárias de estabelecimentos turísticos, dos agentes públicos e da população residente. Sem menosprezar o papel fundamental dos turistas e visitantes na produção do espaço, eles não foram abordados dado o recorte temporal da pesquisa. Optou-se por abordar os atores envolvidos no Caminho do Vinho desde a sua criação, possibilitando uma análise da proposta inicial, comparando-a com o roteiro nos dias de hoje.

5.1 AVALIAÇÃO DO CAMINHO DO VINHO A PARTIR DOS AGENTES PRODUTORES DO ESPAÇO

As relações estabelecidas entre os agentes produtores do turismo são dinâmicas e constituem um sistema aberto e em constante movimento, portanto, a abordagem a seguir trata da percepção dos agentes do turismo elencados na pesquisa correlacionando-a com as opiniões dos demais. O espaço é o ponto de partida para a compreensão do processo de produção do território turístico do Caminho do Vinho.

5.1.1 Agentes públicos: a participação de agentes externos e o alcance dos objetivos institucionais

A criação do roteiro Caminho do Vinho foi resultado da convergência entre as políticas públicas estaduais e municipais voltadas ao desenvolvimento do turismo e as características culturais locais da Colônia Mergulhão, que antes do Caminho do Vinho já atraía visitantes em busca de vinho colonial e atividades de lazer. Para Candiotto (2010), a territorialização do turismo está fortemente ligada à chegada de novos atores externos que geralmente trazem normas e se pautam em ações apoiadas nas verticalidades institucionais.

No Caminho do Vinho, tais atores externos são representados principalmente por agentes do poder público: em âmbito estadual, da COMEC; da SEAB e sua vinculada EMATER; da SETU-PR e suas vinculadas Ecoparaná e Paraná Turismo; e, em âmbito municipal, agentes públicos da SICTUR - Prefeitura Municipal de São José dos Pinhais. Foram entrevistados 1 engenheiro agrônomo da EMATER; 1 arquiteta da COMEC; 1 turismóloga da Paraná Projetos; e 2 agentes do Departamento de Turismo - SICTUR da Prefeitura de São José dos Pinhais: 1 turismóloga e 1 técnico administrativo. Todos os entrevistados atuaram de forma direta no planejamento e/ou implementação do roteiro. Atualmente, as entrevistadas da COMEC e do Departamento de Turismo não atuam mais nessas instituições, mas fizeram parte da pesquisa pelo envolvimento com o projeto e experiência com o Caminho do Vinho.

No final da década de 1990, a pluriatividade na agricultura familiar passou a ser incentivada por programas de governo do Estado do Paraná. O êxodo de grandes contingentes da população rural para as cidades da RMC demandou ações governamentais para sistematizar o uso e ocupação do solo na região, considerando a necessidade de proteção das bacias hidrográficas que abasteciam a metrópole. Assim, o turismo rural foi inserido em políticas públicas como uma alternativa de renda nas propriedades da agricultura familiar na RMC (LACAY, 2012).

A partir desse contexto, a COMEC, com entidades parceiras, lançou o projeto Anel de Turismo da RMC, atuando como um indutor do desenvolvimento do turismo. De acordo com a agente pública entrevistada, que atualmente atua em outra instituição, o projeto fazia parte do planejamento territorial da RMC, considerando a conjuntura de crescimento da metrópole e municípios vizinhos. O incentivo ao turismo surgiu como uma estratégia para dinamizar as atividades produtivas e fixar a população rural no campo. Assim, de acordo com a entrevistada, a COMEC, além de participar do planejamento, realizou a estruturação dos projetos de roteiros de turismo rural na parte de sinalização, produção de mapas e projetos arquitetônicos, como o portal do Caminho do Vinho. Na parte operacional, a COMEC contou com a parceria da EMATER para realizar capacitação e treinamento dos agricultores e agricultoras interessados em desenvolver serviços e produtos relacionados ao turismo.

O programa do Anel de Turismo da RMC da EMATER/COMEC foi pioneiro no Estado do Paraná em aliar a preocupação ambiental com o turismo rural (LACAY, 2012). Entretanto, a descontinuidade das ações fez com que o Caminho do Vinho se

distanciasse dos objetivos propostos inicialmente. Com a mudança de governo estadual ocorrida em 1995, o fim do financiamento do PROSAM pelo Banco Mundial em 2004 e as mudanças de autoridades municipais geraram obstáculos para os projetos de turismo locais iniciados na década de 1990. Dessa forma, concordando com Lacay (2012), as propostas de política de Estado foram reduzidas a orientações programáticas de governo, que em muitos municípios foram deixadas de lado, sendo que os projetos de roteiros de turismo não se desenvolveram. As lideranças municipais que estavam afinadas com a proposta, e, mais do que isso, viabilizavam o envolvimento e comprometimento das comunidades locais com os projetos de turismo, conseguiram desenvolvê-los. Este foi o caso da Prefeitura Municipal de São José dos Pinhais, que contava com um Departamento de Turismo e uma equipe liderada por turismólogas sensíveis ao planejamento participativo como forma de garantir a continuidade das ações de forma independente das trocas de gestão, tanto municipais como estaduais.

A EMATER-PR inseriu-se em projetos de turismo a partir da demanda das comunidades rurais em desenvolver atividades não agrícolas como alternativa produtiva. Com a implementação de tanques para captação e armazenamento de água, percebeu-se que, além do abastecimento das propriedades, irrigação e piscicultura, poderiam ser desenvolvidas atividades associadas, como os pesque-pagues.

Em entrevista, o agente público responsável pela coordenação do PROSAM na EMATER afirmou que, inicialmente, a utilização dos tanques para atividades de lazer foi percebida como uma alternativa de renda pelos produtores rurais. Segundo o entrevistado, em 1997 a RMC abrigava algo em torno de 450 pesque-pagues, e os técnicos da EMATER começaram a discutir o turismo rural como uma alternativa produtiva. Para o entrevistado, “o turismo rural foi, na verdade, uma evolução de uma proposta ambiental”, e foi incorporado nas ações da instituição como uma demanda dos produtores. Além do uso dado aos tanques, o PROSAM obteve um outro resultado inesperado, segundo o entrevistado: os agricultores, que antes eram omissos às questões ambientais e tinham uma postura passiva e desconfiada, passaram a se preocupar com a sustentabilidade de suas atividades produtivas ao perceber que uma ação de conservação ambiental, como a implementação dos tanques, estava gerando benefícios econômicos diretos às propriedades.

Devido aos bons resultados do PROSAM, a EMATER, em parceria com a COMEC, desenvolveu o primeiro projeto local de turismo rural, no município de Almirante Tamandaré, ao qual não foi dado andamento pelo poder público municipal. Após, em Colombo e em São José dos Pinhais surgiram os primeiros roteiros de turismo rural da RMC. Segundo o agente público da EMATER entrevistado, devido à atuação do corpo técnico do Departamento de Turismo da Prefeitura Municipal de São José dos Pinhais, o roteiro Caminho do Vinho desenvolveu-se de forma mais autônoma e independente dos agentes públicos do Estado em comparação com os roteiros que surgiram posteriormente em outros municípios.

Complementando a visão do entrevistado, percebe-se que, além da atuação do Departamento de Turismo, um conjunto de fatores possibilitou o desenvolvimento do Caminho do Vinho. A união dos produtores locais, a dinâmica comunitária de produção e comercialização do vinho colonial e o fluxo de visitantes na Colônia Mergulhão possibilitaram a formação de um grupo em torno de um objetivo que convergia com algumas expectativas da comunidade, como a valorização cultural e o aumento da comercialização da produção local por meio do turismo.

A extinta Secretaria Estadual de Turismo (SETU) também foi um importante ator, mais especificamente por meio das vinculadas Ecoparaná, atual Paraná Projetos, e a Paraná Turismo. De acordo com entrevista realizada com uma turismóloga da atual Paraná Projetos, a instituição atuou no Caminho do Vinho com ações pontuais na realização de eventos, palestras e avaliações, sempre trabalhando com o município no levantamento das temáticas locais e no direcionamento das ações de planejamento e gestão do roteiro. Juntamente com técnicos locais da EMATER, a Ecoparaná contribuiu no mapeamento dos traçados iniciais das propostas de roteiros em alguns municípios da RMC, entretanto, o trajeto do Caminho do Vinho foi elaborado pelo poder público municipal.

De acordo com relato da entrevistada da Paraná Projetos, o Caminho do Vinho, entre os roteiros da RMC, foi o primeiro a ter um portal, sinalização turística e pavimentação — obras viabilizadas pela Prefeitura Municipal —, o que auxiliou na consolidação do roteiro e sua marca. O traçado linear do itinerário principal do roteiro facilitou a organização e investimentos de infraestrutura; por outro lado, ponderou a entrevistada, essa linearidade incentivou a concentração espacial dos empreendimentos e a vinda de investidores externos, resultando na massificação do

destino turístico. Para ela, o roteiro cumpriu os objetivos iniciais do projeto do Anel de Turismo da RMC de promover a gastronomia italiana e os vinhos coloniais, entretanto, aparentemente, o objetivo de gerar alternativa de renda aos agricultores familiares se desvirtuou, pois, hoje em dia, poucos ainda praticam a agricultura e o turismo já se tornou a principal atividade produtiva.

De acordo com levantamento realizado junto à ACAVIM e à Prefeitura Municipal, nos 46 estabelecimentos turísticos do Caminho do Vinho apenas 8 dos proprietários e proprietárias praticam a agricultura de forma concomitante ao turismo, confirmando a informação da entrevistada. Esta característica corrobora o entendimento de que a modalidade de turismo praticada no Caminho do Vinho não é o Turismo Rural, e sim, o Turismo no Espaço Rural, pois as atividades produtivas, como a agricultura e a pecuária, estão desvinculadas do turismo, com exceção de algumas vinícolas que possibilitam ao visitante conhecer a produção do vinho. Em geral, o que se percebeu a partir da pesquisa de campo é a preponderância da comercialização de produtos e serviços.

Em relação aos aspectos de conservação ambiental da Bacia do Rio Pequeno, onde está localizada a Colônia Mergulhão, nota-se que a consolidação da atividade turística inibiu outras atividades produtivas com maior potencial de impacto ambiental. Considerando o crescimento industrial no entorno da Colônia, pode-se afirmar que, apesar dos impactos negativos causados pelo desenvolvimento do turismo, como intensificação do tráfego de veículos, urbanização da paisagem e especulação imobiliária, seus efeitos são menos nocivos ambientalmente do que os da implantação de indústrias. Seria necessária uma investigação mais aprofundada para identificar indicadores ambientais que demonstrassem o real impacto do turismo na região, o que abre possibilidades para estudos e pesquisas.

A Prefeitura Municipal de São José dos Pinhais foi o principal ator externo à Colônia Mergulhão na estruturação do Caminho do Vinho como destino turístico. O corpo técnico do Departamento de Turismo – SICTUR realizou um trabalho de articulação e planejamento com os grupos e lideranças da Colônia Mergulhão e as instituições estaduais. Para analisar a percepção do papel da instituição no desenvolvimento do roteiro foram entrevistados dois representantes do Departamento de Turismo: uma turismóloga, que atuou como Chefe de Divisão e Diretora de

Turismo, e atualmente não faz mais parte do corpo técnico; e um técnico administrativo do Departamento de Turismo, que participa da equipe desde 2004.

Segundo os representantes do Departamento de Turismo entrevistados, ao elaborar o Plano de Desenvolvimento do Turismo e identificar os principais potenciais turísticos de São José dos Pinhais, a Colônia Mergulhão se destacou pela existência de um fluxo de visitantes em busca de vinho colonial e de áreas de lazer, e pelo interesse dos proprietários das cantinas e demais lideranças em desenvolver o turismo como ferramenta dos aspectos culturais locais. Conforme relato da turismóloga entrevistada, um dos objetivos da equipe diante da comunidade era estimular a formação de uma associação para que o turismo local fosse gerido de forma autônoma e independente da Prefeitura Municipal, para que as mudanças de gestão — e consequentes mudanças de prioridades de cada governo — não prejudicassem a continuidade do turismo na região. Tal objetivo foi atingido, pois a articulação dos agentes públicos, tanto em nível estadual como municipal, junto às lideranças locais resultou na formação da ACAVIM.

Atualmente o Departamento de Turismo continua a acompanhar a gestão do Caminho do Vinho, principalmente na realização de eventos, ações promocionais e orientação técnica; contudo, os entrevistados afirmaram, a ACAVIM possui autonomia na tomada de decisões no que diz respeito à gestão do roteiro.

Além de complementar as informações relacionadas à participação dos agentes públicos na implementação do roteiro, a pesquisa de campo possibilitou analisar a percepção desses atores quanto aos efeitos socioespaciais provocados pelo turismo na Colônia Mergulhão e os rebatimentos do turismo na produção do espaço. Os agentes públicos que atuaram na região desde o início do roteiro reconhecem a consolidação do Caminho do Vinho como um atrativo turístico de referência na RMC, tanto em gestão comunitária como em desenvolvimento do turismo como atividade econômica.

No entanto, parte dos entrevistados reconhece o distanciamento entre os objetivos traçados inicialmente para o roteiro e a forma como o turismo se reproduziu no espaço.

O agente público representante da EMATER afirmou que o Caminho do Vinho não pode ser considerado um roteiro de sucesso. Na instituição, o turismo é incentivado como uma alternativa de renda não agrícola aos agricultores e agricultoras

familiares que possibilita a valorização do modo de vida e da paisagem rural. Para ele, o Caminho do Vinho se distanciou desse entendimento e se consolidou como um negócio, uma atividade econômica no meio rural voltada, cada vez mais, ao comércio de produtos e serviços, e transformou os agricultores em empresários do turismo, inserindo uma nova lógica produtiva na Colônia Mergulhão e descaracterizando a paisagem rural por meio da instalação de grandes construções, principalmente nas proximidades da Rua Júlio César Setenareski.

Da mesma forma, a turismóloga da Paraná Projetos afirmou que como negócio, com fins comerciais, o Caminho do Vinho pode ser considerado uma referência de sucesso, entretanto, ponderou, o roteiro se distanciou dos demais objetivos propostos no Anel Metropolitano de Turismo como alternativa de renda aos agricultores familiares. A relação entre a visitação e a produção local, como proposta pelo segmento do turismo rural, descaracterizou-se e hoje se apresenta como um mero comércio de produtos transformados, que em grande parte não são produzidos na região.

Como estratégia de conservação ambiental, a entrevistada entende que seria necessária uma investigação mais profunda para identificar se o turismo realizado no local representa uma atividade produtiva com menores impactos ambientais do que a agricultura realizada anteriormente.

As opiniões apresentadas pelos agentes públicos divergem, em alguns pontos, da opinião dos proprietários e proprietárias de estabelecimentos turísticos, associados e não associados à ACAVIM, quanto aos impactos do turismo na Colônia. Para eles o turismo, de forma geral, impôs uma lógica de mercado que causou a descaracterização do roteiro enquanto atrativo turístico rural e cultural, prevalecendo a oferta de produtos e serviços descomprometida com o patrimônio cultural e paisagístico local. As observações e as entrevistas realizadas durante a pesquisa de campo evidenciam as características criticadas pelos agentes públicos. De fato, o crescimento da demanda turística fez com que muitos estabelecimentos turísticos adaptassem seus serviços para atender um grande fluxo de visitantes, priorizando a diversidade e quantidade de produtos, a despeito de sua origem e relação com a cultura italiana ou com a produção local, como no caso dos doces, compotas e embutidos, trazidos de outros Estados para abastecer as vinícolas e restaurantes do Caminho do Vinho.

A vivência cotidiana no território possibilita aos proprietários e proprietárias de estabelecimentos turísticos avaliarem o turismo a partir de perspectivas diferentes daquelas dos agentes públicos. As opiniões convergem em alguns pontos, mas se afastam em muitos outros. A seguir será abordada a avaliação que estes agentes do turismo fazem do Caminho do Vinho e da ACAVIM.

5.1.2 Avaliação do Caminho do Vinho e da ACAVIM pelos proprietários e proprietárias de estabelecimentos turísticos

Neste trabalho, o recorte dado aos agentes de mercado da Colônia Mergulhão é em relação aos estabelecimentos turísticos do Caminho do Vinho. Entre os entrevistados estão proprietários e proprietárias de estabelecimentos gastronômicos, vinícolas e áreas de lazer e eventos, incluindo associados e não associados à ACAVIM.

A Associação do Caminho do Vinho, criada com o intuito de organizar os produtores envolvidos com o turismo e promover o roteiro como destinação turística, é hoje a entidade gestora do roteiro e representante dos associados frente à Prefeitura e demais instituições. Inicialmente, a ACAVIM era fortemente ligada ao corpo técnico do Departamento de Turismo - SICTUR da Prefeitura Municipal de São José dos Pinhais, que auxiliou na formação da Associação e acompanhou as primeiras atividades, como a organização da Festa do Vinho. Atualmente, a Prefeitura Municipal mantém a parceria e o apoio financeiro na realização da Festa.

De acordo com o relato de um agente do Departamento de Turismo – SICTUR, a ACAVIM conquistou autonomia em relação ao poder público municipal em 2008. No período de 2004 a 2008, foram realizadas diversas ações para o fortalecimento da Associação, como visitas técnicas a outros roteiros turísticos, participação em eventos técnicos, realização de cursos de capacitação e treinamento por instituições parceiras como o SENAR e a Ecoparaná, atual Paraná Projetos. Quando o corpo técnico do Departamento de Turismo percebeu que o grupo já estava consolidado, afastou-se de forma gradativa das tomadas de decisão da ACAVIM, visando fortalecer a autonomia do grupo.

A ACAVIM é responsável por conferir ao conjunto de atrativos uma unidade de roteiro, com sinalização padronizada, promoção e divulgação coletiva por meio de mapa turístico, *site* e redes sociais, além do apoio mútuo entre os associados

indicando os empreendimentos uns dos outros, dando ao visitante uma imagem de união entre os estabelecimentos.

Para associar-se à ACAVIM é necessário seguir os procedimentos abaixo, definidos pelo Estatuto da Associação:

Capítulo III DO QUADRO ASSOCIATIVO

[...]

Art. 4º – A ACAVIM pode ser constituída por número ilimitado de produtores e/ou empreendedores (pessoas Jurídicas e Físicas), denominados associados, que residam e/ou atuem na área de abrangência do “Programa Caminho do Vinho” após aprovação da ficha cadastral pela Diretoria e, distribuídos nas seguintes categorias: associado fundador, associado efetivo, associado colaborador e associado benemérito.

§ 1º – A qualidade de associado é adquirida mediante solicitação do interessado, que preencherá uma ficha cadastral informando sua atividade principal e demais dados. Após aval da Comissão de Avaliação, será apresentada para a Diretoria que poderá aprovar ou não sua inclusão. O novo associado terá o prazo de 12 meses para se adequar ao Regimento Interno. (ACAVIM, 2008).

Entretanto, a aprovação da ficha cadastral, conforme cita o estatuto, não tem critérios objetivos. Segundo a representante da ACAVIM entrevistada, o empreendimento deve oferecer serviços e produtos que estejam relacionados com a temática rural e/ou com a cultura italiana. A aprovação do pedido para associar-se fica a critério da presidência da ACAVIM.

Embora a Associação procure manter coerência temática entre os estabelecimentos do roteiro, não cabe a ela determinar o perfil dos novos empreendimentos que surgem no Caminho do Vinho. Atualmente, a presença de estabelecimentos comerciais que oferecem produtos e serviços divergentes da proposta do roteiro preocupa alguns associados, que percebem uma descaracterização do destino.

A territorialidade da ACAVIM é marcada visualmente pelas placas de sinalização turística nas principais vias do itinerário, que indicam a direção dos estabelecimentos associados, identificados por meio de sinalização individual padronizada.

Além da sinalização, a ACAVIM atua na produção do espaço e na dinâmica do turismo local, indo além dos assuntos ligados diretamente ao turismo. A Associação participa e acompanha as obras públicas de infraestrutura realizadas na Colônia Mergulhão, como acontece atualmente com a ciclovía, em fase de construção.

Na pesquisa de campo foram investigadas as percepções dos entrevistados — associados e não associados — sobre a atuação da Associação. Ao questionar o papel da ACAVIM no desenvolvimento do Caminho do Vinho os entrevistados, de forma geral, afirmaram que a promoção e divulgação do roteiro é a principal ação da Associação.

A ACAVIM possui como canais de divulgação: um *site* sobre o Caminho do Vinho, com informações dos atrativos e estabelecimentos associados; páginas em redes sociais; *folders* e mapas do roteiro distribuídos nos centros de visitantes de São José dos Pinhais²². A administração e atualização dessas ferramentas são realizadas por uma agência de *marketing* contratada pela ACAVIM. A sinalização padronizada dos atrativos também é um benefício reconhecido por parte dos entrevistados.

Dentre os entrevistados associados, dois proprietários de estabelecimentos turísticos citaram a importância da ACAVIM na orientação e na regularização dos estabelecimentos junto a Prefeitura, Corpo de Bombeiros e Ministério da Agricultura. Atualmente, a Associação possui assessoria jurídica e administrativa para auxiliar os associados a regularizarem seus serviços e produtos. Como relatou uma entrevistada, “agora, por exemplo, está tudo dentro da lei, tem o alvará; eles [ACAVIM] dão uma assistência, a gente consegue mais fácil, eles orientam” (PROPRIETÁRIA 1).

Por outro lado, o esforço realizado pela ACAVIM para promover e divulgar o roteiro foi visto de forma negativa por alguns entrevistados que entendem que este está sendo o único foco da Associação: “É na divulgação mesmo, só na divulgação. Ajudar, ajudar, não ajuda [...]” (PROPRIETÁRIO 7); “Agora nenhum [benefício em participar da ACAVIM]. Na verdade, eu entrei mais para fazer parte dos panfletos, tem a sinalização ali na frente, tem o *site*, a questão da divulgação, mas fora isso não tem nada” (PROPRIETÁRIA 9); “não tem nenhuma vantagem [...] porque você só tem incômodo e despesa, não ganha nada. Agora eu não preciso mais fazer propaganda e o que mais funciona é isso aí [a divulgação]” (PROPRIETÁRIO 2).

Com base nas respostas dos entrevistados e nas observações realizadas, na fase inicial do roteiro a promoção e a divulgação tinham maior relevância do que têm atualmente, pois o grande fluxo turístico nos feriados e finais de semana atende de forma satisfatória a expectativa de público dos estabelecimentos, principalmente das

²² Balcão de Informações Turísticas – Aeroporto Internacional Afonso Pena; Posto de Informações Turísticas – Rua Dr. Marcelino Nogueira, 702.

vinícolas e dos restaurantes. Muitas vezes a demanda ultrapassa a capacidade desses locais, causando filas e tráfego lento na via principal de acesso. Dessa forma, o interesse em divulgar o roteiro de forma coletiva diminuiu e os vinicultores(as) e proprietários(as) de estabelecimentos gastronômicos priorizam ações que possibilitem receber melhor os clientes e aumentar a capacidade de atendimento, o que pode ser feito por meio de reformas, aumento e melhorias das estruturas e construção de estacionamentos.

O turismo é percebido pelos proprietários e proprietárias de estabelecimentos turísticos da Colônia Mergulhão de forma diferenciada daquela dos residentes que não se envolvem diretamente com a atividade turística, seja como prestadores de serviços, seja como fornecedores. Assim, a seguir será tratada a percepção desses produtores do espaço sobre o Caminho do Vinho e seus efeitos.

5.1.3 Residentes da Colônia Mergulhão — a visão da população local não envolvida diretamente com o turismo

Utilizando a classificação proposta por Krippendorf (1989), os agentes que serão tratados nesta seção são os habitantes que, mesmo mantendo contatos diretos com os turistas, não dependem totalmente deles para obterem ganhos, aqui definidos como residentes não envolvidos com o turismo. Trata-se da população residente na Colônia Mergulhão que não desenvolve atividades relacionadas diretamente com o turismo, mas que compõe e, também, produz o território turístico do Caminho do Vinho, com os demais agentes produtores do espaço.

Foram realizadas entrevistas com um agricultor, um pecuarista e uma proprietária de floricultura, todos residentes nas proximidades do itinerário turístico. Apesar de não terem contato direto e constante com os turistas, a população residente pode influenciar o funcionamento do sistema turístico a partir da hospitalidade, do fornecimento de alimentos e bebidas para abastecer os estabelecimentos, da prestação de serviços complementares, entre outros fatores que podem tornar o destino mais ou menos atraente (FRATUCCI, 2008).

No Caminho do Vinho a população residente também atua na produção da paisagem local. Principalmente os que praticam a pecuária e a agricultura, pois suas áreas de produção compõem a paisagem, demarcando-a, mostrando que se trata de

um espaço rural, já que a Colônia Mergulhão faz divisa com áreas urbanas, identificadas pela presença de fábricas e galpões industriais.

Ao passar pelo portal do Caminho do Vinho e percorrer alguns metros é possível avistar algumas hortas, campos e pequenas criações de animais, embora essas características visuais estejam diminuindo, ao mesmo tempo que aumentam as construções de novos empreendimentos turísticos e comerciais.

Uma característica do turismo no espaço rural é a possibilidade do abastecimento de alimentos direto do produtor, impactando positivamente no desenvolvimento local. Contudo, nenhum dos entrevistados realiza vendas significativas para os estabelecimentos gastronômicos do roteiro, e o turismo local não afeta economicamente suas produções, evidenciando que não se trata de turismo rural a modalidade praticada na Colônia Mergulhão, mas de Turismo no Espaço Rural.

O residente 1, pecuarista leiteiro, afirmou que o leite produzido em sua propriedade é vendido diretamente para o laticínio e para o governo estadual, por meio do programa Leite das Crianças²³. Além do leite, o entrevistado comercializa queijo em pequena escala e vende diretamente ao consumidor, geralmente vizinhos e pessoas da região. Sua produção não abastece os restaurantes e cafés coloniais locais por não ter licença sanitária para tal. O entrevistado não tem interesse em adequar a forma de produção para atender o mercado consumidor do turismo.

Já o residente 2, agricultor, teria condições de vender seus produtos aos estabelecimentos turísticos, entretanto não o faz por não produzir volume e diversidade de produtos que atendam a demanda dos restaurantes. Conforme relatos de alguns proprietários entrevistados, a maior parte abastece seus estabelecimentos em mercados e armazéns de São José dos Pinhais, que oferecem diversidade, volume e bom preço. Considerando o intenso fluxo turístico nos finais de semana e a demanda por alimentos, os estabelecimentos optam por realizar as compras em pontos de venda maiores e que ofereçam um bom preço, da mesma forma os produtores rurais consideram que suas produções não atendem aos critérios de

²³ O Programa Leite das Crianças, do Governo do Estado do Paraná, tem por objetivo auxiliar o combate à desnutrição infantil, por meio da distribuição gratuita e diária de um litro de leite às crianças de 6 a 36 meses, pertencentes a famílias cuja renda *per capita* não ultrapassa meio salário mínimo regional. O Programa fomenta a agricultura familiar por meio da compra direta de leite. Engloba ações das Secretarias Estaduais de Agricultura e Abastecimento (SEAB), da Educação (SEED), da Família e Desenvolvimento Social (SEDS) e da Saúde (SESA). (Disponível em <<http://www.leitedascrianças.pr.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=1>>).

volume e diversidade dos estabelecimentos do Caminho do Vinho. Assim, a rede de abastecimento local é enfraquecida, perdendo a oportunidade de estruturar um produto turístico comprometido com a produção local.

A residente 3, proprietária de uma floricultura, afirmou que seu estabelecimento acaba atraindo alguns visitantes do roteiro nos finais de semana, mas os turistas não são o seu público principal, tampouco os estabelecimentos turísticos.

Para além da função econômica que o turismo exerce nos territórios, uma transformação positiva, segundo os entrevistados, foi o aumento de opções de lazer na Colônia Mergulhão. Para eles, é possível fazer um programa de final de semana sem sair da Colônia, além dos eventos realizados no roteiro que representam uma opção de lazer aos residentes. Assim, como afirmaram alguns proprietários de estabelecimentos turísticos, o turismo trouxe movimento e entretenimento à população local.

Os residentes entrevistados, quando questionados sobre os efeitos do turismo na Colônia Mergulhão, apontaram principalmente os impactos positivos. Para eles, “o turismo trouxe desenvolvimento”, representado pela pavimentação da estrada, melhorias nas vias de acesso, maior circulação de pessoas, geração de trabalho e renda e aumento das opções de lazer na Colônia. Por outro lado, ao responderem sobre os efeitos do turismo nas suas vidas, em particular, os impactos negativos foram citados com maior ênfase, como o aumento da violência, o tráfego intenso que dificulta a circulação nos finais de semana e a valorização financeira da terra que gera especulação imobiliária na região.

Com base nas observações de campo e nas entrevistas, percebe-se que os residentes não envolvidos com o turismo estão mais atentos à manutenção das características e singularidades do espaço que são a base do seu cotidiano, tal como a tranquilidade e a segurança, diferentemente da percepção dos(as) proprietários(as) de estabelecimentos turísticos, que visam uma maior padronização e homogeneização do território, tendo como referência outros destinos turísticos, como o bairro gastronômico de Santa Felicidade, em Curitiba, ou roteiros de turismo rural, nos estados do Rio Grande do Sul e Santa Catarina. A preocupação desses agentes está centrada na satisfação dos turistas como clientes e consumidores do espaço. Essas relações devem ser observadas num processo dialógico, pois as territorialidades de cada grupo se sobrepõem, produzindo um território turístico

complexo e singular. As transformações socioespaciais causadas pelo e para o turismo, e que caracterizam o território turístico do Caminho do Vinho, serão tratadas de forma mais específica a seguir.

5.2 IMPLICAÇÕES SOCIOESPACIAIS DO CAMINHO DO VINHO NA COLÔNIA MERGULHÃO

Quando o Caminho do Vinho foi implementado na Colônia Mergulhão, na década de 1990, São José dos Pinhais passava por uma intensa fase de industrialização, marcada principalmente pela expansão do setor automobilístico. Consequentemente, a área urbana do município expandiu-se, aproximando-se das colônias rurais, transformando a paisagem e demandando infraestrutura que atendesse às necessidades das indústrias e da cidade que se expandia.

Apesar da proximidade com a área urbana, a Colônia Mergulhão se manteve como macrozona de produção rural, de acordo com o macrozoneamento municipal. A importância ambiental, produtiva e cultural da região a protege, de certa forma, da ocupação urbana descontrolada. Entretanto, a dinâmica interna da Colônia Mergulhão foi transformada, não apenas pela industrialização regional, mas também por um processo endógeno de territorialização do turismo, protagonizado por agentes externos e internos, cujas atuações contribuíram para a produção do território turístico do Caminho do Vinho.

As novas funcionalidades que o turismo impõe aos objetos do espaço e o modo como as suas formas e funções se arranjam para atender a demanda da atividade por espaços de lazer, estrutura de acesso e equipamentos de alimentação resultam em novas configurações socioespaciais. Isto posto, serão apresentadas as principais implicações resultantes do turismo na Colônia Mergulhão identificadas nesta pesquisa.

5.2.1 Impactos no espaço rural e a descaracterização do roteiro

Ao analisar os principais objetivos da criação do Caminho do Vinho e a situação atual do roteiro, percebe-se um distanciamento entre a retórica dos discursos oficiais e a realidade observada em campo. O desenvolvimento do turismo causou impactos

na Colônia Mergulhão, alterando algumas características peculiares dos espaços rurais, tal como o ritmo de vida e a paisagem.

Mesmo que este trabalho não tenha priorizado o estudo da paisagem, esta categoria de análise geográfica surgiu como um resultado da pesquisa de campo, indicando a territorialidade do turismo. A concentração de residências, estabelecimentos turísticos e comerciais ao longo do trecho pavimentado da Rua Júlio César Setenareski configura o local como uma paisagem urbanizada, onde as residências construídas ou reformadas em período recente — após a implementação do Caminho do Vinho — possuem muros altos e elementos de segurança como câmeras e cercas elétricas, justificados pelo crescente aumento da violência na Colônia Mergulhão, como demonstraram as entrevistas realizadas.

Para o engenheiro agrônomo da EMATER, a urbanização foi incentivada pela pavimentação das vias principais do roteiro e pela pressão urbana dos arredores da Colônia. Ele apontou que as residências e estabelecimentos turísticos estão perdendo as características rurais e ganhando traços urbanos, e as hortas e plantações vêm cedendo espaço para estacionamentos e grandes construções delimitadas por grades e muros (FIGURA 9).

FIGURA 9 – ESPAÇO DE EVENTOS CASTELO DI FIRENZE



FONTE: A autora (2015).

Embora este cenário não fosse o esperado pelos planejadores e gestores do roteiro, as transformações relacionadas ao padrão das residências e dos estabelecimentos comerciais são percebidas por parte dos residentes e

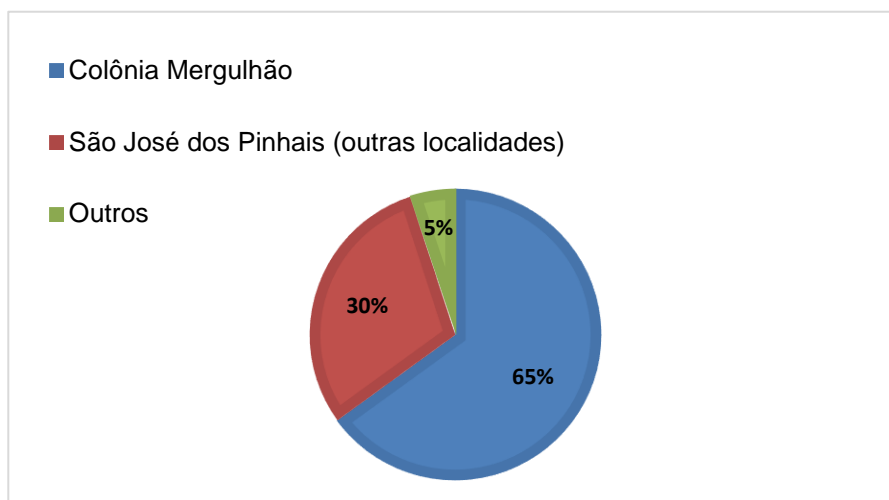
empreendedores entrevistados como um sinal do desenvolvimento local e da capitalização das famílias que possuem o turismo como principal atividade produtiva.

Para a turismóloga, ex-integrante do corpo técnico e diretivo do Departamento de Turismo, a descaracterização do roteiro foi causada, em grande parte, pela entrada de novos empreendedores, descomprometidos com a proposta inicial, que se aproveitaram do grande fluxo de visitantes para abrir seus negócios, agindo exclusivamente pela lógica de mercado e despreocupados com o desenvolvimento local.

Entretanto, de acordo com o levantamento da pesquisa, dos 46 estabelecimentos turísticos do Caminho do Vinho, apenas 16 são propriedades de pessoas externas à Colônia Mergulhão, entre eles 14 são procedentes de outras localidades de São José dos Pinhais (GRÁFICO 1). Este dado aponta que as transformações causadas pelo turismo não são produzidas apenas por atores exógenos à Colônia Mergulhão, já que os(as) proprietários(as) locais representam a maioria, e também são responsáveis pela inserção de ações e objetos comumente relacionados ao meio urbano, como pavimentação de áreas externas dos estabelecimentos, instalação de grades e muros e utilização de elementos decorativos desconexos da proposta do roteiro.

Assim, não foi identificada na pesquisa a predominância da presença de elementos urbanos nos estabelecimentos de propriedade de pessoas de fora da Colônia Mergulhão. A descaracterização do roteiro como um destino de valorização da cultura italiana e da vida rural pode ser observada na maioria dos estabelecimentos, de uma forma geral. Verificam-se algumas exceções de locais que prezam pela originalidade e preservação da identidade local, como no caso do Casarão Café Colonial, cujas proprietárias priorizam elementos da culinária local e regional, remetendo às origens do campo e da colonização italiana.

GRÁFICO 1 – PROCEDÊNCIA DOS(AS) PROPRIETÁRIOS(AS) DE ESTABELECIMENTOS TURÍSTICOS DO CAMINHO DO VINHO



FONTE: A autora (2016).

Foi identificado um consenso entre os agentes públicos entrevistados sobre a degradação que o turismo causou na paisagem rural, como as características arquitetônicas de alguns estabelecimentos que destoam do espaço rural, os muros altos e grades em torno das residências e o parcelamento de terrenos para a instalação de pontos comerciais. Percebe-se que estes agentes partem dos objetivos do Anel de Turismo da RMC e de suas próprias instituições para tecer uma avaliação sobre a forma como o Caminho do Vinho se desenvolveu. Entretanto, as instituições de âmbito estadual, por motivos diversos, não deram continuidade às ações iniciadas na implementação do projeto, possibilitando que as relações de mercado definissem o desenvolvimento do roteiro e demarcassem fortemente suas territorialidades na Colônia Mergulhão.

O Caminho do Vinho confirma, como apontado por Fratucci (2014), a hegemonia dos agentes do mercado no desenvolvimento dos territórios turísticos, em que prevalece a lógica de mercado imediatista e o pouco interesse pelas questões que envolvem horizontes temporais mais longínquos, como os impactos ambientais, a qualificação da mão de obra local e o fortalecimento de uma rede regional de abastecimento.

A despeito das transformações pelas quais a Colônia Mergulhão vem passando, é evidente que ainda se trata de um espaço rural (FIGURA 10), um rural periurbano.

FIGURA 10 – PAISAGEM RURAL DA COLÔNIA MERGULHÃO



FONTE: A autora (2015).

Para a Proprietária 8, apesar da aparente urbanização da paisagem, a motivação dos visitantes do Caminho do Vinho continua a ser as características rurais mantidas no território:

Dá pra se dizer que está urbanizado, mas não a ponto de tirar esse termo turismo rural, porque a pessoa sai da cidade pra uma região que é mais calma, mais tranquila pra ver o rural, pode-se dizer que antigamente talvez era mais rural, o produtor hoje em dia já é empresário, é CNPJ, isso ou aquilo, tornou mais jurídica a questão. Tem rurais e mais rurais, bem sustentáveis até. (PROPRIETÁRIA 8).

Uma característica marcante nas paisagens rurais é a extensão das propriedades; em São José dos Pinhais o lote mínimo para escrituração individual é de 20.000 m² na área rural. Entretanto, muitos proprietários de terra estão realizando um parcelamento ideal, ou seja, sem escrituração individual, atrelando um terreno a diversos proprietários. Esta situação é regular em caso de sucessão familiar, mas na prática não ocorre, gerando loteamentos irregulares, descaracterizando a área rural, em termos de paisagem e de propósito produtivo. Segundo informações fornecidas pela SICTUR, grande parte destas propriedades não regularizam, também, suas construções, muitas utilizadas para empreendimentos turísticos, pois se o fizessem teriam os pedidos barrados, considerando que, de acordo com a Lei de Uso e Ocupação do Solo, a taxa de ocupação máxima permitida é de 10% da área da propriedade para construções, o que inviabilizaria grande parte dos empreendimentos.

A valorização financeira da terra na Colônia Mergulhão pode ser considerada uma consequência do processo de produção de espaço pelo e para o turismo, o que Cruz (2000) distingue como urbanização para o turismo, dinâmica que criou infraestrutura de suporte para o turismo, viabilizando o seu desenvolvimento, o qual, por sua vez, gerou uma maior procura por lotes para chácaras de lazer, condomínios e segundas residências, valorizando financeiramente a terra.

Na opinião de um proprietário de restaurante entrevistado, a renda gerada pelo turismo incentiva que os colonos não vendam suas terras e ali se mantenham, vivendo delas, se não pela produção de alimentos, pela produção de espaços a serem consumidos pelo turismo, auxiliando a manutenção da ruralidade local.

[...] se acabar o Caminho do Vinho, isso aqui vira uma área urbana, isso aqui se destrói. [...] se acabar o Caminho do Vinho o pessoal vai ter que viver de alguma forma, vai fazer condomínio fechado, porque existe uma grande procura por área nobre pra condomínio fechado, e por valor alto. Uma tia minha vendeu um terreno a R\$160 o metro quadrado, é uma grana! Aqui, próximo ao contorno, está em torno de R\$ 600, R\$ 700 o metro quadrado. A nossa chácara aqui tem 50 mil metros quadrados. Somos em 10 irmãos, se a gente vender a R\$ 160 o metro, dá R\$ 1,5 milhão; e o que eu vou fazer com isso? [...] Mas o valor cresce, a gente tem que segurar, muita gente procurando. E se eu vender o outro vende, todo mundo vende. (PROPRIETÁRIO 10).

Assim, numa reação dialética, o turismo transformou a dinâmica rural da Colônia Mergulhão de tal forma que hoje ela depende dele em alguns aspectos, como, por exemplo, garantir a identidade atrelada à produção de vinho colonial e às características socioculturais de raízes italianas. Como afirma Luchiari (1998, p. 24), a atratividade dos lugares precisa ser constantemente vendida, logo, ela é constantemente recriada para atender os anseios da atividade turística.

Da mesma forma, a culinária local se transformou, adaptando produtos e serviços para atender à demanda crescente. Para os agentes públicos entrevistados, a ligação com a culinária italiana está se perdendo nos restaurantes do roteiro. Tal fato pode ser observado na pesquisa de campo; em geral, os restaurantes realizam serviço de *buffet* livre, a um preço único por pessoa, com exceção dos restaurantes que abrem nos dias de semana, que trabalham com *buffet* por quilo. A polenta, o risoto e as massas destacam-se como iguarias da culinária italiana, e o pirogue, de origem polonesa, também está muito presente nos *buffets*, assim como as carnes assadas e as saladas. Entretanto, a preocupação em servir uma grande diversidade de pratos

fez com que os restaurantes perdessem seus diferenciais. Os *buffets* são fartos, porém muito semelhantes uns aos outros, com inclusão de iguarias desconexas da temática italiana, como feijoada, porco no rolete, costela de fogo de chão, churrasco, entre outros, facilmente encontrados nos restaurantes dos roteiros.

Além da padronização da oferta gastronômica, outra crítica que recai sobre os restaurantes é a baixa utilização dos produtos locais na confecção das refeições. Os agentes públicos entrevistados percebem que a rede de abastecimento local não foi formada e fortalecida; assim, perde-se uma oportunidade de valorizar, e capitalizar, a agricultura local.

Tanto nas entrevistas com os proprietários de restaurantes como com os agricultores — que serão analisadas a seguir — foi relatado que a produção local não abastece os restaurantes, com algumas exceções para compras de verduras e legumes e de carnes que são adquiridas no frigorífico local. O maior volume de produtos é comprado nos supermercados de São José dos Pinhais e na Central de Abastecimento do Paraná (CEASA).

O agente público da EMATER comentou que o Caminho do Vinho está indo em direção contrária a uma tendência mundial de gastronomia local e responsável, comprometida com a sustentabilidade da produção local de alimentos e com o bem-estar dos produtores. Com base nas observações de campo realizadas percebe-se que no Caminho do Vinho os empreendedores buscam avidamente atender às demandas do público consumidor, ao mesmo tempo que se afastam de conceitos como colonial, tradicional e típico, em sua oferta de produtos. A crítica feita pelo entrevistado recai sobre a própria instituição em que atua, pois caberia aos agentes públicos participar e orientar na gestão do roteiro quanto a soluções e alternativas que valorizassem a vida no campo e os seus produtos, já que, retomando os objetivos da própria EMATER, o turismo como uma alternativa à agricultura familiar, de fato, não está sendo atingido.

A turismóloga da Paraná Projetos entrevistada afirmou que os serviços prestados nos restaurantes e cafés coloniais também seguem essa mesma tendência de padronização, buscando atender um grande número de visitantes. Os locais deixam de oferecer ambientes acolhedores e aconchegantes, tais como pregam os projetos de turismo rural, para oferecerem estruturas grandiosas e um serviço rápido.

A pesquisa de campo e as observações realizadas permitiram avaliar a oferta gastronômica local como um dos principais atrativos do roteiro, juntamente com as vinícolas. Entretanto, a falta de pesquisas de demanda no Caminho do Vinho não permite avaliar de forma mais aprofundada se houve mudança no perfil dos visitantes desde a implementação do roteiro, quando os estabelecimentos ofereciam refeições menos diversificadas e em estruturas menores. Os(as) proprietários(as) de restaurantes e cafés coloniais entrevistados afirmam que o perfil dos visitantes não sofreu alterações, mantendo-se a predominância de famílias, e que muitas são frequentadoras assíduas dos estabelecimentos.

Segundo os(as) proprietários(as) entrevistados, a crescente procura pela oferta gastronômica local indica, para os empreendedores, o sucesso dos estabelecimentos. Todavia, os próprios entrevistados apontaram a insatisfação de grande parte do público visitante com as longas filas de espera por mesas e a falta de refeições para servir a todos adequadamente. Trata-se de um problema recorrente no Caminho do Vinho, que resulta em críticas à estrutura local para comportar o fluxo de visitantes dos finais de semana e feriados.

O tráfego lento de veículos nas principais vias da Colônia Mergulhão e a formação de filas foram reclamações recorrentes nas entrevistas. Conforme alguns entrevistados apontaram, a entrega de panfletos de restaurantes nas lombadas da principal via de acesso é um agravante, pois além de os veículos diminuírem a velocidade para pegar o material entregue, muitos motoristas aproveitam para pedir informação aos panfleteiros, tornando o trânsito ainda mais lento. Segundo a representante da ACAVIM entrevistada, essa ação é reprovada pela Associação, que orienta os associados a não entregarem panfletos nas lombadas ou em qualquer outro ponto das vias de acesso, embora alguns empreendimentos, associados e não associados, continuem a fazê-lo. O proprietário de um restaurante afirmou que realiza a entrega de panfletos, pois acredita que a propaganda individualizada possibilita ressaltar os diferenciais do seu estabelecimento. Para ele, a formação de fila e tráfego lento não é um problema; pelo contrário, considera um bom indicador:

Eu acho assim, é muito relativo, o pessoal que vem aqui e gosta, volta, mesmo com fila, então é até bom (ter fila), porque o cara vê que tem coisa boa pra cá, vem pra um restaurante, pra tomar café, pra tomar um vinho, então a coisa aqui é boa. Porque se não tivesse movimento, não teria muita razão de a gente estar aí. (PROPRIETÁRIO 2).

Para o Proprietário 2, a solução para o tráfego lento de veículos seria construir uma pista dupla no roteiro, mas ao mesmo tempo reconhece a impossibilidade de tal obra: “Aqui o maior problema é esse, porque a gente só tem um acesso. Sim, a melhor coisa que seria, mas é meio impossível fazer aqui, mas seria fazer pista dupla, mas não tem como” (PROPRIETÁRIO 2). Esta visão contrasta com a percepção do técnico entrevistado da EMATER, para quem a estrada não deve ser asfaltada, pois incentivaria o aumento da velocidade de circulação, afetando a segurança dos pedestres, ciclistas e motoristas, além de degradar a paisagem, tornando-a mais urbana. Esta percepção teve também a proprietária de estabelecimento entrevistada ao falar das mudanças ocorridas na Colônia: “Mudou, mudou bastante, não tinha nada de pavimentação, estrada era de chão e depois foi vindo essas melhorias, antes era bem mais rural” (PROPRIETÁRIA 4).

Entre os impactos negativos causados pelo turismo destacou-se também o aumento da violência na Colônia Mergulhão. Muitos entrevistados relataram casos de roubos e assaltos nos estabelecimentos.

[...] essa parte de bandidagem aumentou muito. Olha, sempre tem, a gente sempre escuta tanto final de semana como dia de semana, tanto que tem uma vinícola que foi assaltada umas cinco vezes. Aqui a gente foi assaltado fez dois anos agora [...], no primeiro ano que a gente abriu já fomos assaltados. (PROPRIETÁRIA 1).

[...] meu filho inclusive já foi assaltado uma vez, só que agora a gente põe segurança nos dois estabelecimentos, antes não tinha. [...] Às vezes roubam o carro no assalto, pra fugir ou coisa parecida. (PROPRIETÁRIO 2).

A questão da violência aumentou, nós já fomos assaltados duas vezes. [...] tem a guarda municipal que vem aqui, mas a violência... a gente tem que ter segurança, nós temos segurança contratado, porque uma vez à noite quando a gente foi sair daqui, eles entraram em três e nos abordaram; e outra vez foi quando os clientes estavam aqui. E é sempre uma preocupação que antes a gente não tinha, era muito mais tranquilo. (PROPRIETÁRIA 4).

Mais é a segurança, a bandidagem, na época não tinha crime, agora quase toda semana é uma adega que é assaltada, é muita coisa assim ... eles vêm assaltar aqui. (PROPRIETÁRIA 5).

Tem o fluxo de turista e aí vem a criminalidade, teve uma vez que em um mês roubaram 2 vezes a mesma propriedade, graças a Deus a gente talvez por ser mais na frente, ainda não teve isso. (PROPRIETÁRIA 8).

Na tentativa de evitar assaltos, os associados da ACAVIM constituíram um grupo no aplicativo *WhatsApp* para se comunicarem em caso de presença de pessoas com atitudes suspeitas nos estabelecimentos. Ao sinal de perigo, os integrantes do grupo acionam a Guarda Municipal, que realiza patrulha no Caminho do Vinho nos

finais de semana e feriados. Os entrevistados relataram a eficiente parceria entre a Guarda Municipal e os estabelecimentos do Caminho do Vinho, apesar de, conforme ressaltaram alguns, o número de viaturas ser insuficiente para atender todo o roteiro.

O aumento da insegurança e da violência é comumente apontado como um impacto negativo da atividade turística; a maior circulação de capital nos estabelecimentos e o fluxo de visitantes atraem criminosos para uma localidade, até então desprovida de sistemas de segurança. Segurança pública não é um problema exclusivo de destinos turísticos, constitui uma celeuma complexa que acarreta diversas consequências ao território. Na Colônia Mergulhão foi identificado que o aumento da violência é decorrente do crescimento da atividade turística e constitui um importante fator a ser considerado nas ações de planejamento e gestão do roteiro, pelo poder público e pela comunidade local.

Além das transformações no Caminho do Vinho que podem ser analisadas mais diretamente a partir do espaço, a pesquisa buscou abordar os aspectos imateriais do território, tais como as relações sociais que são produzidas e reproduzidas a partir das territorialidades do turismo, tema que será tratado a seguir.

5.2.2 Mudanças e permanências: influência do turismo nas relações sociais e culturais

As percepções dos agentes públicos entrevistados convergem quanto a alguns resultados positivos decorrentes do turismo na Colônia Mergulhão, como o fortalecimento da associação representativa, a ACAVIM, e a sua protagonização na gestão do roteiro. Isso possibilitou que o Caminho do Vinho perdurasse ao longo dos anos e se consolidasse como um destino turístico da RMC, diferentemente de outros roteiros que não conseguiram se desvincular dos agentes públicos e dar continuidade aos projetos de forma autônoma, sem depender do poder público estadual e/ou municipal.

Alguns entrevistados afirmaram que a união existente entre os associados foi essencial para o crescimento do Caminho do Vinho e decorre das relações sociais construídas entre os vinicultores muito antes da implementação do roteiro. Esta afirmação parte dos integrantes mais antigos da ACAVIM, como a Proprietária 5: “Sim, nós somos sócios fundadores, a gente participava antes de tudo isso, de todas as reuniões com os secretários, prefeitura, tudo... e foi indo, foi indo, a gente desde o começo tá junto” (PROPRIETÁRIA 5).

Entretanto, a maior parte dos associados entrevistados afirmou que a desunião e o individualismo são características presentes na ACAVIM: “hoje em dia já cada um está individual. [...] mas não é culpa da ACAVIM, é culpa do povo mesmo em não se unir” (PROPRIETÁRIA 3). Segundo alguns entrevistados, ao passo que os negócios voltados ao turismo foram se estabelecendo, os laços comunitários foram enfraquecendo, como demonstra o trecho abaixo:

Vou dizer uma coisa pra você, as pessoas quando começam a ganhar dinheiro, vão deixando de lado. Eu percebo assim, aqueles empreendimentos que estão lucrando não querem mais, não querem mais nem participar da Festa (do Vinho), gente! A gente tem que rogar para as pessoas, nós precisamos da comida italiana, da comida típica e não querem participar porque já estão ganhando dinheiro. Está certo, não dá dinheiro, mas dá divulgação. Se deixarmos de valorizar nossa cultura, isso aqui pode acabar! Não é porque estamos em cima do topo que nós não podemos descer, então a gente não vai lá pra ganhar dinheiro, mas vamos pra divulgar nossa cultura. (PROPRIETÁRIA 4).

O individualismo também foi expressado por meio do termo “inveja”, que, segundo dois entrevistados, alguns empreendedores sentem uns dos outros; “[...] na minha opinião os associados eles têm muita inveja, eu considero como inveja, não são todos, é claro, mas tem um ou outro. Se tem alguém fazendo uma coisa diferente, já ficam ali querendo barrar, já não tem mais aquela união” (PROPRIETÁRIA 5); “[...] eles têm um pouquinho de inveja, quando você tá tendo acesso e vendendo bem” (PROPRIETÁRIO 2).

Algumas falas ressaltaram que o comportamento individualista é mais observado nos empreendedores externos à Colônia Mergulhão: “Eu percebo também que tem muita gente vindo de fora, aqui também acho que tem gente de fora, ... e não tem o jeito da colônia” (PROPRIETÁRIA 4); “Depende, eu acho que tem uns que são meio rivais, esses novos que entraram agora, são meio orgulhosos eu acho” (PROPRIETÁRIA 7).

Foi observado durante as entrevistas que alguns dos empreendedores procedentes de outras localidades possuem uma visão crítica diferente dos empreendedores locais e consideram, de forma geral, que falta visão estratégica à ACAVIM para resolver os problemas estruturais presentes no roteiro, como sinalização insuficiente, divulgação direcionada e diversificação da oferta de serviços e produtos. Trata-se de uma visão mais estratégica e empresarial que prioriza o aumento da competitividade do destino turístico.

Esta visão também foi observada na fala dos filhos e filhas dos proprietários de vinícolas e restaurantes que, com os pais e familiares, assumem a gestão dos estabelecimentos, que passam por mudanças administrativas, ampliação e modernização de estruturas, havendo uma transição na administração familiar para novas gerações (jovens com idade entre 25 e 40 anos) com formação em cursos relacionados à vocação turística local, como Gastronomia, Nutrição, Enologia, Direito e Administração.

A competição pode ser apontada como um conflito comum nas destinações turísticas pela característica da experiência turística como momentânea e inestocável. Contudo, por se tratar de um roteiro composto por diversos atrativos e estabelecimentos que trabalham conjuntamente, outras estratégias podem ser desenvolvidas para fortalecer formas cooperativas de gestão e aumentar a competitividade do roteiro diante dos demais produtos turísticos regionais, evitando o desgaste nas relações entre os proprietários dos estabelecimentos por suas diferentes visões.

Ao mesmo tempo em que alguns entrevistados reconhecem que com o desenvolvimento do turismo o individualismo na Colônia cresceu, outros apontam que a convivência entre os associados da ACAVIM e com os turistas e visitantes modificou de forma positiva o cotidiano das pessoas.

[...] eu acho que mudou, assim, eles eram um pouco mais reservados, agora eles aprenderam a conviver mais com outro, mas acho que continua, sim, do jeito que era antes. A convivência, os vizinhos, todo mundo se conhece, continua... Meu pai conversando com ele fala que agora a gente reclama que tem crise, que as coisas estão subindo demais, mas antes era diferente, eles produziam e não era como agora que tem pra quem vender e tem cliente que vem buscar em casa o produto, antes não, tinha que carregar na carroça e vender lá longe, lá na cidade, era difícil... (PROPRIETÁRIA 1).

Todos os associados, divergindo dos não associados da ACAVIM, demonstraram preocupação com o crescimento da demanda, a capacidade de organização na recepção e o atendimento dos visitantes, mas, sobretudo, inquietações sobre a manutenção das características típicas da Colônia, como cita um dos entrevistados: “eu tenho uma preocupação, porque para atender mais pessoas vai precisar de mais empreendimentos, então o meu medo é que tire as características do lugar”. Outro entrevistado assinalou que “vender coisas de outros estados eu sou

contra, porque quando eu vou para Minas Gerais eu quero comprar uma coisa de lá, não quero comprar coisa do Caminho do Vinho”.

De forma oposta, um empreendedor não associado argumentou que “todo mundo vende o mesmo doce de leite, vou procurar um outro fornecedor, de outro lugar, para ter um produto diferente”, revelando que a preocupação com a manutenção das características locais dos produtos não é uma prioridade, mas sim a diversificação da oferta e a manutenção do público consumidor.

Segundo alguns entrevistados, a melhoria da condição econômica financeira das famílias envolvidas com a atividade turística foi resultado da diversificação das atividades produtivas, antes voltadas à agropecuária, e da geração de trabalho e renda decorrentes da abertura e crescimento, principalmente, de vinícolas e estabelecimentos gastronômicos.

As transformações decorrentes do desenvolvimento do turismo, segundo o Proprietário 10, elevou a autoestima de alguns antigos agricultores, que encontraram no turismo uma alternativa de trabalho e renda:

“[...] o meu tio, por exemplo, ele tem 6 filhos, eles trabalhavam em casa, iam pra aula e depois trabalhavam em casa, aí se formaram; todo mundo saiu de casa, ficou ele e a esposa. As vacas de leite não dá pra ter mais, a agricultura não tem como trabalhar em duas pessoas, a situação financeira dele caiu porque ele não tem mais mão de obra. Antes ele trabalhava em família e a coisa ia, mas agora... Um dia quebrou o trator e ele não tinha dinheiro, aí montamos a estrutura (do restaurante). Aí a prefeitura ajudou e hoje ele vive daquilo, tem uma camionete boa, tem uma vida bacana, então a Prefeitura e o turismo trouxe [sic] coisas boas, como trouxe pra ele, trouxe pra vários que levantavam cedo e iam tirar o seu leitinho, mas as pessoas saíram disso, mudou toda uma consciência de tudo, de maneira de viver, de maneira de tratar um turista, de se abrir pro mundo, porque quando se trabalha só ali (na agricultura) você não tem uma visão, você fica fechado, aí quando você começa a interagir em associação, participar de reunião, trabalhar com o público.... Humanamente as pessoas melhoraram muito.” (PROPRIETÁRIO 10).

Da mesma forma, a ex-Diretora do Departamento de Turismo afirmou que o turismo serviu como ferramenta para resgatar e valorizar aspectos culturais que já não eram mais praticados, como o coral de canções italianas Belvedere, que foi um resultado indireto das ações de planejamento do Caminho do Vinho, e partiu da comunidade o desejo de valorizar as canções italianas.

Outro exemplo da valorização cultural é a Festa do Vinho. Em 2016 ocorreu a sua XIV edição, que marcou o retorno da Festa aos moldes das primeiras realizações. Segundo relatos de agentes públicos e empreendedores locais, no decorrer dos anos

a Festa ganhou outra dimensão, deixou de ser uma festa comunitária com manifestações culturais italianas para se tornar uma festa de grande porte, com shows de artistas de renome nacional, financiada pela Prefeitura Municipal, em que a ACAVIM participava da arrecadação das vendas de ingresso, porém não comercializava bebidas e alimentos como nas primeiras edições.

Após posicionar-se contrária ao formato da Festa do Vinho como estava acontecendo, em 2016 a Associação retomou a organização do evento e promoveu shows com grupos musicais ítalo-brasileiros, danças folclóricas, apresentações de corais e uma vasta programação artística que remetia à cultura italiana presente no Caminho do Vinho. Além da programação cultural, toda a oferta gastronômica foi promovida pelos estabelecimentos do Caminho do Vinho, o que possibilitou a arrecadação de renda para a ACAVIM e seus associados.

Percebeu-se que a XIV Festa do Vinho foi uma conquista para a ACAVIM, pois o objetivo da festa não era exclusivamente a arrecadação, mas também a valorização do patrimônio histórico-cultural presente nas diversas expressões artísticas, além de fortalecer a relação comunitária entre os envolvidos e promover os produtos locais, como o vinho colonial, tema que será tratado de forma específica a seguir.

5.2.3 Produção de vinho: transformações e conflitos

A expansão do turismo e o crescimento da demanda transformou o modo de produção de vinho na Colônia Mergulhão. O vinho artesanal, herança dos antepassados italianos, passou a ser produzido de forma industrial pelas vinícolas do roteiro. No Brasil, a elaboração de vinhos é controlada por leis federais que tratam da padronização, classificação, registro, inspeção, produção, fiscalização e comercialização do produto. Para regularizar a produção do vinho, os estabelecimentos precisam dispor de um Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ), alterando a condição de agricultor rural para empresário, e adaptar o processo produtivo de acordo com as normas estabelecidas pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA).

Embora as leis sejam federais, a fiscalização dos produtos e dos estabelecimentos é realizada pela Divisão de Vigilância Sanitária, da Secretaria Municipal de Saúde de São José dos Pinhais; dessa forma, durante as entrevistas com os vinicultores, a insatisfação com as exigências legais recaiu sobre a Prefeitura

Municipal. A proprietária de uma vinícola relatou as dificuldades recorrentes com as exigências sanitárias em seu estabelecimento e reclamou da incoerência da legislação que trata o pequeno empreendedor da mesma forma que trata as grandes indústrias. Para a entrevistada, tais cobranças dificultam o crescimento dos estabelecimentos.

Outro importante fator citado por um dos vinicultores entrevistados é a alteração do sabor do vinho que decorre da industrialização do processo de produção. Para o entrevistado, a necessidade de se adaptar ao mercado transformou a forma de produção e, por consequência, o sabor do vinho. Segundo ele, o consumidor também é prejudicado por não ter mais acesso ao vinho colonial, artesanal. Ponderou que é importante vender um vinho conforme a legislação exige, entretanto, o consumidor deveria ter a opção entre o vinho artesanal e o industrializado.

Os vinicultores e as vinicultoras entrevistados afirmaram que a forma de industrialização da produção do vinho foi uma necessidade para atender o público consumidor e viabilizar a produção em maior escala. Enquanto alguns entrevistados não vinicultores afirmaram que o vinho já não é mais o mesmo de antes da criação do roteiro, quando a produção era artesanal e em pequena escala, os vinicultores afirmaram que o sabor e a qualidade do vinho se mantêm, a despeito das mudanças ocorridas no processo produtivo. Entretanto, os vinicultores reconheceram as dificuldades impostas para a produção e comercialização da bebida e teceram críticas a respeito da necessidade de atender as mesmas exigências legais feitas a grandes indústrias de bebidas.

A fala dos entrevistados converge com a crítica realizada por Bruch, Viera e Buainain sobre o controle da elaboração de vinhos no Brasil. Se por um lado a segurança alimentar justifica as regras, por outro, elas são problemáticas ao equiparar produtores artesanais a grandes indústrias, exigindo “não apenas padrões técnicos inadequados, mas também tributos e procedimentos administrativos muitas vezes inacessíveis a esta camada de produtores rurais” (BRUCH; VIERA; BUAINAIN, 2014, p. 8).

Atualmente, segundo a legislação vigente, os estabelecimentos produtores de vinho²⁴ devem ser obrigatoriamente registrados no Ministério da Agricultura, Pecuária

²⁴ De acordo com a Lei nº 7.678, de 8 de novembro de 1988, os estabelecimentos produtores de vinho são enquadrados como: cantina, posto de vinificação, destilaria ou vinagreira. No Caminho do Vinho

e Abastecimento e, para tanto, é necessário constituir pessoa jurídica, através do CNPJ. Contudo, ao portar um CNPJ o(a) trabalhador(a) rural perde a condição de segurado especial perante o Instituto Nacional do Seguro Social (INSS), além de arcar com custos decorrentes do recolhimento de tributos e cumprimento de obrigações sanitárias e ambientais que, muitas vezes, inviabilizam o cadastro no MAPA e a participação nos mercados locais e regionais. Tal situação coloca o produtor de vinho colonial²⁵ em uma situação de ilegalidade (BRUCH; VIERA; BUAINAIN, 2014). Um proprietário de restaurante entrevistado afirmou que produz vinho de forma artesanal, mas apenas para consumo próprio, pois ainda não tem condições financeiras para constituir uma empresa e, também, reluta em mudar a sua forma de produção para atender às normas legais.

E o que aconteceu no Caminho do Vinho, para eles (vinicultores) poderem vender o vinho, eles têm que colocar produto químico, conforme o MAPA exige, e eu penso: quem foi o cara do MAPA que decidiu assim? Agora vinho pra vender, eu não posso fazer, porque não é mais como antes, não é mais artesanal. Se o meu vinho fermentar eu tenho que jogar fora ou usar como vinagre, se o vinho deles fermentar é só botar produto químico e estabilizar. Quando você faz comercialmente, tudo se faz pra ganhar dinheiro. (PROPRIETÁRIO 10).

Ao analisar as transformações na produção e venda do vinho colonial no roteiro, e verificar como os objetos e práticas locais são apropriados pelo turismo, percebe-se que não existe uma produção de espaço específico, alheio ao processo de produção e reprodução capitalista na qual a atividade turística se insere. Como

as vinícolas são classificadas como cantinas, ou seja, estabelecimentos de produção e padronização nos quais se executam todas as práticas enológicas permitidas pela legislação vigente.

²⁵ A Lei nº 12.959, de 19 de março de 2014, alterou a Lei do Vinho, nº 7.678/1988, tipificando o vinho produzido por agricultor familiar ou empreendedor familiar rural como vinho colonial, ou produto colonial, aquele que é feito conforme as características culturais, históricas e de cunho social da produção de uva realizada na agricultura familiar brasileira. Além de reconhecer a importância social desse segmento produtivo, a citada lei desobrigou a constituição de pessoa jurídica para a produção e comercialização do vinho colonial. A lei determina que o produto colonial deve ser fabricado na quantidade mínima de 20 mil litros por ano e deve ser fabricado com, no mínimo, 70% de uvas cultivadas na propriedade rural. Entretanto, este último critério desqualifica a produção de vinho realizada na Colônia Mergulhão como colonial, pois a uva utilizada pelos vinicultores do Caminho do Vinho vem, em sua maior parte, do Rio Grande do Sul e da região norte do Paraná. Além disso, segundo levantamento da pesquisa de campo, entre as 11 vinícolas integrantes do Caminho do Vinho, apenas 3 realizam agricultura em suas propriedades, distanciando ainda mais os vinicultores da produção do vinho colonial conforme dita a Lei nº 12.959. Os vinicultores e as vinicultoras entrevistados possuem na produção de vinho sua principal atividade produtiva, aliada a outras fontes de renda como aposentadoria e prestação de serviços.

afirma Paiva (2008, p. 2), “existe uma relação dialética entre a lógica da produção e do consumo e consequentemente dos respectivos espaços resultantes”. Assim, a produção do vinho é um exemplo de como a prática foi transformada por regras e demandas do mercado, forçando a industrialização do vinho.

Não cabe afirmar que tais transformações foram geradas exclusivamente pelo desenvolvimento da atividade turística, pois entende-se que sem o turismo outras atividades produtivas se apropriariam do espaço já que, antes de tudo, um território turístico é parte do espaço geográfico, o que o particulariza é a presença da atividade turística. Percebe-se, todavia, que o turismo proporcionou a intensificação da produção e a comercialização de vinhos, assim como possibilitou transformações na infraestrutura da comunidade, no seu modo de vida, e nas relações de força e poder produzidas para e pelo turismo, demonstrando que a sua territorialização e a produção de um novo território se estabelece de forma complexa e contraditória.

5.3 O CAMINHO DO VINHO COMO TERRITÓRIO TURÍSTICO

A partir da coleta e análise de dados sobre o Caminho do Vinho, pode-se afirmar que a criação de um roteiro de turismo produziu um novo território: o território turístico do Caminho do Vinho. Já havia fluxo de visitantes na Colônia Mergulhão à procura de vinhos coloniais e de áreas de lazer, o que denotava uma territorialização do turismo, ainda que tímida, mas foi a partir da implementação do roteiro, com a participação do Estado, em nível municipal e estadual, na formatação de um produto turístico, que o território turístico passou a ser produzido de forma mais intensa.

Os programas de governo do Estado do Paraná somados ao interesse da Prefeitura de São José dos Pinhais e à formação da ACAVIM são indicadores da territorialização do turismo, que se manifesta por meio de elementos materiais e imateriais, ou seja, de objetos e ações decorrentes da apropriação que o turismo faz do espaço. A territorialização do turismo acontece de maneira singular em cada localidade. No Caminho do Vinho este processo foi fortemente marcado pela conjuntura regional de expansão industrial na RMC e pela necessidade de desenvolver alternativas produtivas para as áreas de mananciais que possibilitassem a permanência dos produtores rurais no campo e o desenvolvimento de atividades menos impactantes ao meio ambiente.

Assim, a dinâmica interna da Colônia Mergulhão foi transformada, não apenas pelo contexto regional, mas também por um processo endógeno de territorialização do turismo, protagonizado por agentes externos e internos, cujas atuações contribuíram para a produção do território turístico do Caminho do Vinho.

Como abordado anteriormente, a estruturação do Caminho do Vinho possibilitou mudanças econômicas, sociais e territoriais para a Colônia Mergulhão, a saber: infraestrutura, segurança, alternativas econômicas aos produtores, qualificação profissional, diminuição do êxodo rural, aumento do número de postos de trabalho. Segundo os entrevistados, houve melhoras na qualidade de vida dos moradores, mas a atividade turística contribuiu também para a alteração no ritmo de vida local, tornando a colônia menos calma, devido à constante presença de visitantes e ao aumento de roubos e furtos.

Vale ressaltar que o território turístico do Caminho do Vinho coexiste com outros territórios, como o da agricultura, dos residentes, dos estudantes, dos religiosos, e de outros atores sociais cujas territorialidades relacionam-se com os espaços produzidos pelo e para o turismo embora eles não estejam envolvidos diretamente com a prática turística, formando a multiterritorialidade apontada por Haesbaert (2004).

Visto dessa forma, o território turístico é uma composição das territorialidades dos agentes sociais envolvidos com a prática do turismo, é a soma dos territórios dos turistas, dos proprietários de estabelecimentos, dos comerciantes, dos agentes públicos, dos trabalhadores e da população local. As relações estabelecidas entre esses agentes e as estruturas e transformações demandadas por essas relações compõem o território turístico do Caminho do Vinho.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir de uma abordagem geográfica, este trabalho assumiu como objetivo analisar o processo de produção do território turístico do Caminho do Vinho, na Colônia Mergulhão, no município de São José dos Pinhais, buscando compreender como um território turístico é produzido. A pesquisa trouxe algumas respostas, ao mesmo tempo que suscitou tantas outras questões.

Pode-se perceber que o processo de territorialização do turismo iniciou-se espontaneamente, ainda que de forma tímida, com a venda de vinhos coloniais, em pequena escala, e algumas propriedades com pesque-pague geravam um fluxo de visitantes na Colônia Mergulhão. Mesmo que o turismo ainda não estivesse organizado como uma atividade econômica, a visitação existente indicava um potencial para o seu desenvolvimento.

A chegada do poder público para o ordenamento do turismo pode ser considerada um marco para a produção do território turístico, pois a partir de projetos governamentais para o desenvolvimento do turismo na RMC, grupos compostos por agentes públicos passaram a mobilizar as comunidades rurais e suas lideranças para o planejamento de roteiros turísticos. Na Colônia Mergulhão, a proposta do roteiro reuniu os produtores de vinho e demais pessoas interessadas em desenvolver um projeto comum, que possibilitasse a valorização cultural e o incremento na renda das famílias.

Assim, constatou-se que a produção do território turístico do Caminho do Vinho foi resultado da soma da atratividade dos produtos e espaços de lazer da Colônia Mergulhão com o ordenamento territorial voltado ao desenvolvimento turístico por parte dos agentes públicos e das relações estabelecidas entre as diferentes territorialidades, compondo o jogo dialógico do turismo, em que seus agentes influenciam e são influenciados na produção do espaço.

Ao trazer a discussão para o planejamento e gestão dos destinos turísticos, o papel do poder público ocorreu de forma peculiar no Caminho do Vinho. O objetivo do Estado era promover alternativas de renda aos produtores rurais que garantissem a conservação das áreas de mananciais, ambientalmente frágeis e de suma importância para a metrópole. Assim, o Caminho do Vinho foi utilizado como uma ferramenta para assegurar a capacidade produtiva da Colônia Mergulhão por meio de uma atividade

não agrícola e, ainda, para ser um indutor do desenvolvimento do turismo em São José dos Pinhais. Entretanto, por parte do governo do Estado, as propostas ocorreram por meio de projetos, pontuais e com financiamento por tempo determinado, e não por sólidos programas de governo que garantissem espaços para planejamento a longo prazo e que contemplassem todos os agentes sociais responsáveis pela produção do território turístico. Desse modo, a descontinuidade das ações públicas fez com que as demandas de mercado direcionassem a produção do espaço.

Alguns elementos demonstram a descaracterização do Caminho do Vinho quanto à proposta inicial do roteiro, um deles é o tipo de produtos e serviços ofertados. As vinícolas passaram a ser a principal fonte de renda dos seus proprietários, e o crescimento da demanda ocasionou a industrialização da produção, alterando não só as características do produto final mas também a experiência do visitante em relação ao vinho. Perdeu-se a proximidade com a terra — destacando que as uvas são trazidas de outras regiões — e com o modo artesanal de produção. As vinícolas oferecem muito mais a comercialização de produtos do que uma experiência turística, embora, cabe reconhecer, algumas vinícolas prezem a história e a herança de seus antecedentes italianos, mantendo a correlação do produto com o território.

Já nos estabelecimentos gastronômicos, o viés econômico se sobrepôs ao cultural de forma mais evidente. Como apontado nos resultados da pesquisa, as refeições e os serviços ofertados no Caminho do Vinho, salvo algumas exceções, já se assemelham aos grandes restaurantes urbanos que servem uma vasta variedade, sem se comprometer com uma culinária típica, colonial e feita a partir de alimentos de produção local. As vinícolas e os estabelecimentos gastronômicos são os principais atrativos do roteiro, geram o maior fluxo de visitantes, portanto sobre eles recai a responsabilidade de valorizar os aspectos culturais e regionais; caso contrário, o destino tende a perder, ainda mais, a autenticidade e o diferencial diante dos demais roteiros de turismo na RMC.

A territorialidade do turismo é marcada, também, pela ACAVIM. A sinalização turística, a identificação dos estabelecimentos e atrativos associados, assim como as ações, a organização de eventos, as ações de promoção e *marketing* de forma coletiva dão aos estabelecimentos uma unidade de marca e imagem. No entanto, a pesquisa demonstrou que a ACAVIM tem sofrido a perda de interesse dos associados, que percebem como maior benefício em ser um associado a promoção e divulgação

coletiva, que já não é uma prioridade dos estabelecimentos, pois precisam administrar filas de espera durante os feriados e finais de semana. Sobre esse fato cabem duas reflexões: primeiramente, a ACAVIM precisa rever as prioridades quanto à gestão do roteiro, visto que existem demandas que não estão sendo contempladas como, por exemplo, discutir ações de planejamento a médio e longo prazo e abordar temas que se referem ao direcionamento do roteiro enquanto destino turístico, tendo em vista o seu crescimento e descaracterização.

A segunda reflexão diz respeito à falta de orientação técnica à ACAVIM por parte dos agentes públicos que participaram da implementação do roteiro. O corpo diretivo da Associação frequentemente recorre às instituições públicas em busca de orientação e assistência, conforme as necessidades se apresentam, porém, volta-se aqui ao ponto discutido anteriormente sobre a importância de um planejamento do turismo que envolva suas múltiplas dimensões e atores do território turístico. A carência de planejamento estratégico aumenta a vulnerabilidade do destino diante das forças de mercado e grupos hegemônicos.

As forças locais, os arranjos produtivos, as decisões e conflitos naquele território são hoje determinados, sobretudo, pela atividade turística. O desenvolvimento do turismo como atividade econômica fez com que sua característica mercadológica se sobressaísse diante das demais dimensões que o turismo abarca, como a ambiental, a social e a cultural, a despeito dos objetivos iniciais do projeto.

Dessa forma, é necessário que a comunidade da Colônia Mergulhão discuta e construa o próprio modelo de desenvolvimento a partir do turismo e atividades associadas, valorizando a forma participativa e integrando as demais atividades produtivas da Colônia. Torna-se imprescindível também que as entidades e atores envolvidos estejam unidos em torno de uma matriz de responsabilidades, com ações definidas, responsáveis e conscientes sobre a identidade do roteiro.

Ao avaliar as transformações socioespaciais causadas pelo e para o turismo, este trabalho apontou a descaracterização da paisagem rural e a inserção de elementos arquitetônicos desconexos com a proposta de valorização da vida no campo. Cabe, entretanto, ponderar que muitas dessas transformações foram bem-vindas pela população residente, como a pavimentação das estradas, que facilitou o acesso à colônia e o escoamento da produção agrícola da região.

Assim, ao mesmo tempo em que a população deve refletir sobre as interferências e alterações causadas pelo e para o turismo e viabilizar maneiras de manter e valorizar a identidade rural e os aspectos da cultura italiana, cabe também aos estudiosos e planejadores do turismo não deixar que uma visão nostálgica e bucólica sobre o território rural — muito recorrente ao se tratar de turismo cultural ou rural — imponha a ausência de transformações em nome da manutenção da atratividade local, pois o espaço é vivo e dinâmico, e se altera de acordo com as relações nele estabelecidas. Portanto, para analisar o território turístico em questão é preciso rever o conceito de rural e de urbano, para não recair na dicotomia clássica de que são espaços distintos e desconexos, pois não o são, e tais conceitos precisam ser revistos para entender a complexidade do meio rural da Colônia Mergulhão.

Por fim, esta pesquisa aponta novas possibilidades de estudo e análise de territórios turísticos como o Caminho do Vinho e o processo de produção do espaço pelo e para o turismo. Entre elas: a) investigar as divergências existentes entre as políticas públicas de incentivo ao desenvolvimento do turismo em comunidades rurais e as exigências fitossanitárias para as pequenas agroindústrias de transformação de alimentos. Existe uma incoerência no discurso do Estado em relação ao incentivo às práticas não agrícolas, pois a legislação vigente para as agroindústrias de pequeno e médio porte, por exemplo, colocam muitas vezes os produtores rurais em situação de ilegalidade, forçando a informalidade no setor de turismo e produção associada; b) analisar quais os mecanismos existentes que possibilitem uma comunidade rural próxima a centros urbanos, como a Colônia Mergulhão, para evitar a descaracterização da paisagem rural e preservar as características socioespaciais que dialoguem com a identidade local e com a dinâmica do sistema produtivo adotado; c) investigar o papel dos turistas e visitantes como agentes produtores do espaço, buscando identificar a territorialidade desses agentes e as relações estabelecidas que contribuam para a territorialização do turismo.

A análise apresentada não pretendeu estabelecer critérios sobre como o turismo deve ser desenvolvido, nem estabelecer modelos. O Caminho do Vinho alcançou muitos resultados positivos, assim como negativos, e a sua história, experiência, erros e acertos devem ser honrados por meio do estabelecimento de objetivos comuns entre os agentes produtores do espaço que valorizem o patrimônio

cultural e natural da Colônia Mergulhão e que promovam a comunidade local como protagonista do processo de desenvolvimento.

REFERÊNCIAS

- ANDRADE, M. C. **Caminhos e descaminhos da Geografia**. Campinas: Papirus, 1989.
- ASSOCIAÇÃO DO CAMINHO DO VINHO (ACAVIM). **Estatuto da ACAVIM**. São José dos Pinhais, 2008. Disponível em: <<http://www.caminhodovinho.tur.br/estatuto-da-acavim/>>. Acesso em: 10 fev. 2015.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70 Ltda, 1977.
- BENI, M. C. **Análise Estrutural do Turismo**. São Paulo: SENAC, 2002.
- BOULLÓN, R. **Planejamento do espaço turístico**. Bauru-SP: EDUSC, 2002.
- BRASIL. **Programa de Turismo Rural na Agricultura Familiar**. Brasília, DF: Ministério do Desenvolvimento Agrário, 2007.
- _____. **Turismo Rural: orientações básicas**. Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2008.
- BRUCH, K. L.; VIEIRA, A. C. P.; BUAINAIN, A. M. **Perspectivas e desafios para agricultura familiar em face da lei do vinho artesanal**. In: 52º Congresso da SOBER, Goiânia, GO, 2014. Disponível em: <<http://icongresso.itarget.com.br/useradm/anais/?clt=ser.4>>. Acesso em: 20 jul. 2016.
- BUTLER, R. W. **The concept of a tourist area cycle of evolution, implications to management of resources**. Canadian Geographer, v. 24, n. 1, p. 5-12, 1980.
- CANDIOTTO, L. Z. P. **Circuito Italiano de Colombo, PR: gênese, desenvolvimento e implicações socioespaciais**. Cascavel: EDUNIOESTE, 2010.
- CAPDEPÓN, F. P. La geografía y las distintas acepciones del espacio geográfico. Investigaciones geográficas, n. 34, p. 141-154. Universidade de Alicante, Espanha, 2004.
- CARLOS, A. F. A. A geografia brasileira, hoje: algumas reflexões. **Terra Livre**, São Paulo, v. 1, n. 18, p. 161-178, jan./jun. 2002a.
- _____. O turismo e a produção do não-lugar. In: YÁZIGI, E.; CARLOS, A. F. A.; CRUZ, R. C. A. **Turismo – espaço, paisagem e cultura**. São Paulo: Editora Hucitec, 2002b.
- _____. **O lugar no/do mundo**. São Paulo: FFLCH, 2007.
- CAZELLA, A. A.; MATTEI, L. F. Multifuncionalidade agrícola e pluriatividade das famílias rurais: complementaridades e distinções conceituais. In: CONGRESO DE LA ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE SOCIOLOGÍA RURAL, VI, Porto Alegre, 2002. **Anais**. Buenos Aires: ALASRU, 2002. 1 cd-rom.

COELHO, M. S. Uma rurbanização nos contrafortes de Meruoca? Ensaio de aplicação de novas categorias em Geografia Urbana. **Revista da Casa da Geografia de Sobral**. Sobral, CE: UVA, n. 1, 1999, p.15-28.

COORDENAÇÃO DA REGIÃO METROPOLITANA DE CURITIBA (COMEC). **Plano de desenvolvimento integrado 2001**. Curitiba, 2001. (Documento para discussão).

_____. **Plano de desenvolvimento integrado da Região Metropolitana de Curitiba**: propostas de ordenamento territorial e novo arranjo institucional/Coordenação da Região Metropolitana de Curitiba. Curitiba, 2006.

CORIOLOANO, L. N. Turismo: prática social de apropriação e de dominação de territórios. In: ARROYO, M.; LEMOS, A. G.; SILVEIRA, M. L. (orgs.) **América Latina: cidade, campo e turismo**. São Paulo: CLACSO, 2006, p. 367-378.

CORIOLOANO, L.; N. M. T.; SILVA, C. B. B. M. **Turismo e geografia: abordagens críticas**. Fortaleza: Ed. UECE, 2005.

CORONA, H. M. P. **A reprodução social da agricultura familiar na Região Metropolitana de Curitiba em suas múltiplas inter-relações**. Tese (Doutorado em Meio Ambiente e Desenvolvimento). Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2006.

CORREA, R. L. Sobre agentes sociais, escala e produção do espaço: um texto para discussão. In: CARLOS, A. F. A.; SOUZA, M. L.; SPOSITO, M. E. B. (Orgs.) **A produção do espaço urbano: agentes e processos, escalas e desafios**. São Paulo: Contexto, 2011.

CRUZ, R. C. A. O Nordeste que o turismo(ta) não vê. In: RODRIGUES, A. B. (Org.). **Turismo, modernidade, globalização**. São Paulo: Hucitec, 1997. p. 210- 218.

_____. **Política de turismo e território**. São Paulo: Contexto, 2000.

_____. **Introdução à geografia do turismo**. São Paulo: Roca, 2001.

_____. Planejamento governamental do turismo: convergências e contradições na produção do espaço. In: LEMOS, A. I. G.; ARROYO, M.; SILVEIRA, M. L. **América Latina: cidade, campo e turismo**. CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales: São Paulo, 2006.

DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997 [1967].

DENCKER, A. F. M. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. São Paulo: Futura, 2000.

ECOPARANÁ. **Anel de turismo da Região Metropolitana de Curitiba**. Curitiba: Ecoparaná, 2003.

FIRKOWSKI, O. L. C. F. A nova lógica de localização industrial no aglomerado urbano de Curitiba. **Revista Paranaense de Desenvolvimento**, Curitiba, n. 103, p. 79-100, jul./dez. 2002.

FONTE, J. R. **Pluriatividade no contexto da região metropolitana de Curitiba – PR**. Dissertação (Mestrado em Agronomia). Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2002.

FRATUCCI, A. C. **A dimensão espacial nas políticas públicas brasileiras de turismo**: as possibilidades das redes regionais de turismo. Tese (Doutorado em Geografia). Programa de Pós-graduação em Geografia. Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2008.

FRATUCCI, A. C.; ALLIS, T.; MORAES, C. C. A. Espaços e territórios do turismo: reflexões e indagações. In: XII Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo ANPTUR, 2015, Natal, RN. **Anais do XI Seminário ANPTUR**. São Paulo: ANPTUR, 2015. v. 11.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

_____. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GRAU, E. R. **Regiões metropolitanas**: regime jurídico. São Paulo: Bushatsky, 1974. p. 25-26.

GRAZIANO, S. J.; BALSADI, O. V.; DEL GROSSI, M. E. O emprego rural e a mercantilização do espaço agrário. **Revista São Paulo em Perspectiva**, São Paulo, v. 11, n. 2, p. 50-64, abr./jun. 1997.

HAESBAERT, R. **O mito da desterritorialização**: do “fim dos tempos” à multiterritorialidade. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2004.

_____. **Regional-global**: dilemas da região e da globalização na Geografia Contemporânea. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2010.

_____. **Dos múltiplos territórios à multiterritorialidade**. Porto Alegre, set. 2004. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/petgea/Artigo/rh.pdf>>. Acesso em: 13 jun. 2015.

HALL, C. M. **Planejamento turístico**: políticas, processos e relacionamentos. São Paulo: Contexto, 2001.

HARVEY, D. **A produção capitalista do espaço**. São Paulo: Annablume, 2005.

_____. **Social justice and the city**. v. 1. University of Georgia Press, 2009[1973].

HENRÍQUEZ, C.; ZECHNER, T.; SAMPAIO, C. A. Turismo e suas interações nas transformações do espaço rural. In: SANTOS, E. O.; DE SOUZA, M. **Teoria e prática do turismo no espaço rural**. Editora Manole, 2009.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). **Censo demográfico**, 2010. Disponível em: <www.ibge.gov.br>. Acesso em: 15 abr. 2015.

INSTITUTO PARANAENSE DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL (IPARDES). **Caderno Estatístico – município de São José dos Pinhais**. Disponível em: <www.ipardes.pr.gov.br>. Acesso em: 15 abr. 2015.

IRVING, M. A. Reinventando a reflexão sobre turismo de base comunitária: inovar é possível? In: BARTHOLO, R.; SAN SOLO, D. G.; BURSZTYN, I. (Orgs). **Turismo de base comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras**. Rio de Janeiro: Nova Letra, 2009.

KNAFOU, R. Turismo e território: por uma abordagem científica do turismo. In: RODRIGUES, A. A. B. (org). **Turismo e geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais**. 3. ed. São Paulo: Editora Hucitec, 2001, p. 62-74.

KRIPPENDORF, J. **Sociologia do Turismo**: para uma nova compreensão do lazer e das viagens. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1989.

LACAY, M. C. **Desenvolvimento do turismo no espaço rural nas Rotas do Pinhão, Região Metropolitana de Curitiba**: convergências e conflitos das políticas públicas. Dissertação (Mestrado em Geografia). Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2012.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

LEFEBVRE, H. **La production de l'espace**. Paris: Anthropos, 1974.

_____. **A revolução urbana**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1999[1970].

LUCHIARI, M. T. D. P. **O lugar no mundo contemporâneo**: turismo e urbanização em Ubatuba-SP. Tese (Doutorado em Sociologia). Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 1999.

_____. Turismo e meio ambiente na mitificação dos lugares. **Turismo em análise**, n. 11, p. 35-43. São Paulo, 2000.

MASCARENHAS, G. Cenários contemporâneos da urbanização turística. **Caderno Virtual de Turismo**, v. 4, n. 4, p. 1-11, 2004.

MAY, T. **Pesquisa social**. Porto Alegre: Artmed, 2004.

MIOSSEC, J. M. L'image touristique comme introduction à la géographie du tourisme. **Annales de Géographie**, n. 473, p. 55-70. Paris, 1977.

MORAES, R. Análise de conteúdo. **Revista Educação**, Porto Alegre, v. 22, n. 37, p. 7-32, 1999.

MOREIRA, E. V.; HESPANHOL, R. A. M. O lugar como uma construção social. **Revista Formação**, Unesp, Presidente Prudente, n. 14, v. 2, p. 48-60, 2007.

MOREIRA, R. Velhos temas, novas formas. In: MENDONÇA, F.; KOZEL, S. (Orgs). **Elementos de epistemologia da geografia contemporânea**. Curitiba: Ed. UFPR, 2002, p. 47-62.

MOTTA, E. G. **Turismo no espaço rural**: as transformações socioambientais no Caminho do Vinho em São José dos Pinhais/PR. Dissertação (Mestrado em Sociologia). Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2013.

MULLINS, P. *Tourism urbanization*. **International Journal of Urban Regional Research**, v. 15, n. 3, p. 326-342, 1991.

NASCIMENTO, E. B.; BELTRÃO, I. **Turismo sustentável na região metropolitana de Curitiba**. Curitiba: UFPR/SAF, 2004.

NICOLAS, D. H. Elementos para um analisis sociogeografico del turismo. In: RODRIGUES, A. A. B. (org). **Turismo e geografia**: reflexões teóricas e enfoques regionais. 3. ed. São Paulo: Editora Hucitec, 2001.

NITSCHKE, L. B. **O significado do roteiro no caminho de Guajuvira, Araucária/PR**. Dissertação (Mestrado em Geografia). Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2007.

NITSCHKE, L. B.; TELES, M. A. Turismo e desenvolvimento regional: reflexões sobre a Região Metropolitana de Curitiba. In: V Seminário ANPTUR, 2008. **Anais**. Belo Horizonte, ANPTUR, 2008.

NORONHA, E. O.; HESPANHOL, R. A. M. O espaço periurbano no município de Jundiaí - SP: características e tendências atuais. **Revista Formação**, n. 15, v. 1, p. 85-96, 2009. Disponível em: <<http://revista.fct.unesp.br/index.php/formacao/article/viewArticle/737>>. Acesso em: jun. 2016.

OLIVEIRA, F. M. **Espaço, lugar, identidade e urbanização**: conceitos geográficos na abordagem do Turismo. Dissertação (Mestrado em Geografia). Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal de Minas Gerais. Belo Horizonte, 2006.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO (OMT). **Introdução ao Turismo**. São Paulo: Roca, 2001.

OURIQUES, H. **A produção do turismo**: fetichismo e dependência. Campinas: Alínea, 2005.

_____. O turismo internacional na economia-mundo capitalista: elementos para uma crítica. **Acta Scientiarum. Human and Social Sciences**. Maringá, v. 34, n. 2, 2012, p. 147-157.

PAIVA, R. A. O turismo, a produção e o consumo do espaço. In: **II Colóquio Internacional sobre o Comércio e Cidade**: uma relação de origem, São Paulo, SP, 2008. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/posfau/article/download/43566/47188>>. Acesso em: nov. 2016.

PAIVA, R. A.; VARGAS, H. C. Sobre a relação turismo e urbanização. **Revista do Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo da FAUUSP**, v. 20, n. 33, p. 126-145, 2013.

PEARCE, D. G. Towards a geography of tourism. **Annals of Tourism Research**, v. 6, p. 245-272. Christchurch, Nova Zelândia, 1979.

PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO JOSÉ DOS PINHAIS. **Página oficial**. Disponível em <<http://www.sjp.pt.gov.br>>. Acesso em: 23 nov. 2015.

QUEIROGA, J. L. **Origens, evolução histórica e situação atual dos sistemas agrários de comunidade de agricultores familiares da Região Metropolitana de Curitiba**. Tese (Doutorado em Meio Ambiente e Desenvolvimento). Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2006.

RAFFESTIN, C. Remarques sur les notions d'espace, de territoire et de territorialité. **Espaces et Sociétés**, 1982, n. 41, p. 167-171. Disponível em: <<http://archive-ouverte.unige.ch/unige:4324>>. Acesso em: jul. 2015.

_____. **Por uma geografia do poder**. São Paulo: Ática, 1993.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa social**: métodos e técnicas. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

RODRIGUES, A. B. Geografia e turismo – notas introdutórias. In: **Revista do Departamento de Geografia**, n. 6. São Paulo: USP/Departamento de Geografia, 1992, p. 71-82.

_____. **Turismo e espaço: rumo a um conhecimento transdisciplinar**. 2. ed. São Paulo: Hucitec, 1999.

RUA, J. Urbanidades no rural: o devir de novas territorialidades. **Campo-território**: revista de geografia agrária. Uberlândia, v. 1, n. 1, p. 82-106, fev. 2006. Disponível em: <<http://www.seer.ufu.br/index.php/campoterritorio/article/viewFile/11781/6895>>. Acesso em: jul. 2016.

RUSCHMANN, D. **Turismo e planejamento sustentável**: a proteção do meio ambiente. 9. ed. Campinas: Papirus, 1997.

SAMPAIO, C. A. C. **Turismo como fenômeno humano**: princípios para se pensar a socioeconomia e sua prática sob a denominação turismo comunitário. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2005.

SANTOS, J. R.; SOARES, P. R. R.; FONTOURA, L. F. M. **Análise de conteúdo**: a pesquisa qualitativa no âmbito da geografia agrária. In: XXIV Encontro Estadual de Geografia. Santa Cruz do Sul, RS. UNISC, 2004.

SANTOS, M. **Espaço e sociedade**: ensaios. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 1982.

_____. **Espaço e método**. São Paulo: Nobel, 1985.

_____. **Por uma geografia nova**: da crítica da geografia à geografia crítica. 3. ed. São Paulo: Editora Hucitec, 1986 [1978].

_____. O retorno do território. In: SANTOS, M. *et al* (orgs.). **Território, globalização e fragmentação**. São Paulo: HUCITEC/ANPUR, 1994.

_____. **A urbanização brasileira**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2005.

_____. **A natureza do espaço – técnica e tempo, razão e emoção**. 4. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2012 [1996].

SÃO JOSÉ DOS PINHAIS. Prefeitura Municipal. **Plano Diretor de São José dos Pinhais - PR**. São José dos Pinhais, 2015.

SCHNEIDER, S. A pluriatividade no Brasil. **Proposta de tipologia e sugestão de políticas**. CD de artigos do XLIV Congresso da Sober. Fortaleza, 2006.

SILVEIRA, M. A. T. Política de turismo: oportunidades ao desenvolvimento local. In: RODRIGUES, A. B. (Org.). **Turismo rural**. São Paulo: Contexto, 2001. p.133-150.

_____. **Turismo no espaço rural**: conceitos e práticas turísticas. Curitiba, 2013 (artigo a ser publicado).

_____. **Geografia aplicada ao turismo**: fundamentos teórico-práticos. Curitiba: Intersaberes, 2014.

SOUZA, M. J. L. O território: sobre o espaço e poder, autonomia e desenvolvimento. In: CASTRO, I. E.; CORRÊA, R. L.; GOMES, P. C. C. **Geografia**: conceitos e temas. 5. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003. p. 77-116.

SOUZA, O. T. **Políticas públicas e desenvolvimento rural em cenários de heterogeneidade socioeconômica e ambiental**: casos ilustrativos em comunidades da Região Metropolitana de Curitiba. Tese (Doutorado em Meio Ambiente e Desenvolvimento). Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2006.

SOUZA, O. T.; CORONA, H. M. P.; SOUZA, C. R.; DIAS, J. B.; QUEIROGA, J. L. Políticas de desenvolvimento rural, produção e preservação ambiental: diálogo efetivo entre sociedade e natureza ou parasitismo mútuo de linguagem? **Tempo de Ciência**, Toledo - PR, v. 29, 147-167, jan./jun. 2008.

TELES, M. A. **Turismo, ordenamento territorial e desenvolvimento na Região Metropolitana de Curitiba**. Tese (Doutorado em Geografia). Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2011.

TIMÓN, D. A. B. *El concepto de destino turístico: una aproximación geográfico-territorial*. **Estudios turísticos**, n. 160, 2004. p. 45-68. Disponível em: <<http://www.iet.tourspain.es:20000/img-iet/Revistas/RET-160-2004-pag45-68-91963.pdf>> <<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2140762>>. Acesso em: jul. 2015.

TONIETTO, M. **Colônia Mergulhão: o sentido da tradição na ruralidade contemporânea**. 2005. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2005.

TUAN, Y. F. Espaço, tempo e lugar: um arcabouço humanista. *Geograficidade*, v. 1, n. 1, p. 4-15, 2011. Disponível em: <www.uff.br/posarq/geograficidade>. Acesso em: jun. 2015.

_____. *Topofilia: um estudo da percepção, atitudes e valores do meio ambiente*. Londrina: Eduel, 2012 [1974].

URRY, J. **O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas**. São Paulo: Studio Nobel/SESC, 1996.

VALE, A. R. **Expansão urbana e plurifuncionalidade no espaço periurbano do município de Araraquara - SP**. Tese (Doutorado em Geografia) – Universidade Estadual Paulista, Rio Claro, 2005.

WANDERLEY, M. N. B. Raízes históricas do campesinato brasileiro. XX Encontro Anual da ANPOCS. **Anais**. Processos Sociais Agrários, Caxambu, MG, 1996.

APÊNDICE 1 – PERFIL DOS ENTREVISTADOS E ENTREVISTADAS

GRUPOS	PERFIL
Agentes públicos	Turismóloga, atuou no Departamento de Turismo - SICTUR - Prefeitura Municipal de São José dos Pinhais no período de 2001 a 2012.
	Administrador, atua no Departamento de Turismo - SICTUR - Prefeitura Municipal de São José dos Pinhais.
	Engenheiro Agrônomo, atua na EMATER – PR.
	Turismóloga, atua na Paraná Projetos (antiga Ecoparaná).
	Arquiteta, atuou na COMEC até 2013.
Agentes de mercado - Proprietários e proprietárias de estabelecimentos turísticos	Proprietária 1 – pesque e pague; associada à ACAVIM; família originária da Colônia Mergulhão.
	Proprietário 2 – restaurante e café colonial; associado à ACAVIM; não originário da Colônia Mergulhão.
	Proprietária 3 – vinícola; associada à ACAVIM; família originária da Colônia Mergulhão.
	Proprietária 4 – café colonial; associada à ACAVIM; originária da Colônia Mergulhão.
	Proprietária 5 – espaço para eventos; associada à ACAVIM; originária da Colônia Mergulhão.
	Proprietária 6 – loja de vinhos e cervejas; não associado à ACAVIM; família originária da Colônia Mergulhão.
	Proprietário 7 – pesque e pague; associado à ACAVIM; originário da Colônia Mergulhão.
	Proprietária 8 – vinícola; associada à ACAVIM; originária da Colônia Mergulhão.
	Proprietária 9 – restaurante; associada à ACAVIM; não originária da Colônia Mergulhão.
	Proprietária 10 – restaurante; associado à ACAVIM; originário da Colônia Mergulhão.
Residentes não envolvidos diretamente com o turismo	Representante da ACAVIM
	Residente 1 – pecuarista leiteiro
	Residente 2 - agricultor
	Residente 3 – proprietária de uma floricultura

APÊNDICE 2 – ROTEIROS DE ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA PARA REPRESENTANTES DO PODER PÚBLICO MUNICIPAL E ESTADUAL

ENTREVISTA COM REPRESENTANTES DO PODER PÚBLICO MUNICIPAL E ESTADUAL SOBRE O DESENVOLVIMENTO DO ROTEIRO CAMINHO DO VINHO

Tema geral da pesquisa: **PRODUÇÃO DO TERRITÓRIO TURÍSTICO DO CAMINHO DO VINHO EM SÃO JOSÉ DOS PINHAIS/PR**

Objetivo: discutir questões relevantes ao processo de planejamento e gestão do turismo rural no roteiro Caminho do Vinho, para compreender como a Colônia Mergulhão se transformou em um território turístico.

Questões norteadoras da entrevista:

- 1 – Como a Entidade avalia o atual estado de desenvolvimento do Caminho do Vinho?
- 2 – De que forma a Entidade participou do processo de desenvolvimento do roteiro?
- 3 – Na sua opinião, o Caminho do Vinho atendeu aos objetivos iniciais do projeto Anel de Turismo da RMC?
- 4 – Originalmente o Caminho do Vinho foi concebido como um projeto com bases no Turismo Rural como uma alternativa para os agricultores familiares. Quais as transformações ocorridas desde a implementação do projeto até os dias atuais?
- 5 – Como a Entidade percebe o desenvolvimento do Caminho do Vinho considerando as propostas iniciais do Anel de Turismo da RMC?
- 6 – Quais são as principais forças e oportunidades do Caminho do Vinho para o município e RMC no que se refere ao turismo hoje?
- 7 – Existem outros projetos semelhantes ao Caminho do Vinho que estão sendo apoiados pela entidade?
- 8 – Como você espera que o Caminho do Vinho esteja daqui a 5 ou 10 anos?

APÊNDICE 3 – ROTEIROS DE ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA PARA PROPRIETÁRIOS(AS) DE ESTABELECIMENTOS TURÍSTICOS - CAMINHO DO VINHO

ENTREVISTA COM PROPRIETÁRIOS(AS) DE ESTABELECIMENTOS TURÍSTICOS - CAMINHO DO VINHO

Tema geral da pesquisa: **PRODUÇÃO DO TERRITÓRIO TURÍSTICO DO CAMINHO DO VINHO EM SÃO JOSÉ DOS PINHAIS/PR**

Objetivo: discutir questões relevantes ao processo de planejamento e gestão do turismo rural no roteiro Caminho do Vinho, para compreender como a Colônia Mergulhão se transformou em um território turístico.

QUESTIONÁRIO

Data:	Localidade:
Empreendimento:	
Tipo de produto/serviço oferecido:	
Tempo de funcionamento do empreendimento:	
Entrevistado:	
Proprietário:	
Origem do proprietário:	
Número de funcionários:	
Associado à ACAVIM?	() SIM () NÃO

- 1 – Como você avalia o atual estado de desenvolvimento do Caminho do Vinho?
- 2 – Como você avalia a participação da Prefeitura no desenvolvimento do Caminho do Vinho?
- 3 – Como você avalia a participação da ACAVIM no desenvolvimento do Caminho do Vinho?
- 4 – Quais os benefícios que o turismo traz para a comunidade?
- 5 – Quais os problemas que o turismo traz para a comunidade?
- 6 – Qual é hoje o perfil do turista/visitante que frequenta o seu empreendimento? Houve alguma mudança desse perfil nos últimos tempos?
- 7 – Você considera o Caminho do Vinho como um roteiro típico de turismo rural? Por quê?
- 8 – No que se refere à mudança da comunidade (Colônia Mergulhão), o desenvolvimento do roteiro, a presença dos turistas e a abertura de novos empreendimentos têm influenciado na modificação da comunidade? O que pode ser apontado como as principais mudanças na comunidade desde a criação do roteiro?
- 9 – Como você espera que o Caminho do Vinho esteja daqui a 5 ou 10 anos?
- 10 – Você consegue imaginar a Colônia Mergulhão sem o Caminho do Vinho? Como seria?

APÊNDICE 4 – ROTEIROS DE ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA PARA RESIDENTES NÃO ENVOLVIDOS DIRETAMENTE COM O TURISMO

ENTREVISTA COM RESIDENTES DA COLÔNIA MERGULHÃO NÃO DIRETAMENTE ENVOLVIDOS COM O TURISMO

Tema geral da pesquisa: **PRODUÇÃO DO TERRITÓRIO TURÍSTICO DO CAMINHO DO VINHO EM SÃO JOSÉ DOS PINHAIS/PR**

Objetivo: discutir questões relevantes ao processo de planejamento e gestão do turismo rural no roteiro Caminho do Vinho, para compreender como a Colônia Mergulhão se transformou em um território turístico.

QUESTIONÁRIO

Data:	Localidade:
Empreendimento:	
Tipo de produto/serviço oferecido:	
Tempo de funcionamento do empreendimento:	
Entrevistado:	
Proprietário:	
Origem do proprietário:	
Tamanho da propriedade:	

- 1 – Quais as principais atividades produtivas da propriedade?
- 2 – As atividades são conduzidas exclusivamente por membros da família ou há contratação de funcionários/diaristas?
- 3 – Como você avalia o turismo na Colônia Mergulhão?
- 4 – Quais os benefícios que o turismo traz para a comunidade?
- 5 – Quais os problemas que o turismo traz para a comunidade?
- 6 – A propriedade fornece produtos e/ou serviços para os estabelecimentos turísticos?
- 7 – O turismo afeta de que forma o cotidiano da família?
- 8 – No que se refere à mudança da comunidade (Colônia Mergulhão), o desenvolvimento do roteiro, a presença dos turistas e a abertura de novos empreendimentos têm influenciado na modificação da comunidade? O que pode ser apontado como as principais mudanças na comunidade desde a criação do roteiro?
- 9 – Você considera que o Caminho do Vinho alterou a paisagem da Colônia Mergulhão? De que forma?
- 10 – Como você espera que o Caminho do Vinho esteja daqui a 5 ou 10 anos?
- 11 – Você consegue imaginar a Colônia Mergulhão sem o Caminho do Vinho? Como seria?

ANEXO 1 – ESTATUTO DA ACAVIM

Estatuto da ACAVIM

Capítulo I

DA DENOMINAÇÃO, SEDE, FORO E FINALIDADE

Art. 1º – A ASSOCIAÇÃO “CAMINHO DO VINHO” – COLÔNIA MERGULHÃO – SÃO JOSÉ DOS PINHAIS – PR, constituída em dezoito de junho de dois mil e quatro é uma associação civil de direito privado, sem fins lucrativos e sem vinculação de ordem político-partidária e religiosa, com prazo de duração por tempo indeterminado, com sede na Rua Júlio César Setenareski, s/nº e foro no Município de São José dos Pinhais, Estado do Paraná, usando a sigla ACAVIM.

§ 1º – A ACAVIM proporcionará aos associados os meios para melhoria nas condições de produção, transformação, armazenamento, comercialização e divulgação de seus produtos e/ou serviços.

§ 2º – A ACAVIM desenvolverá suas atividades na área de abrangência do “Programa Caminho do Vinho”, vinculado ao Projeto “CAMINHO DO VINHO” previsto no Plano de Desenvolvimento Turístico de São José dos Pinhais – Volume I, elaborado em 1998, podendo manter relações de interesse com instituições públicas e/ou privadas, nacionais e/ou internacionais para a consecução de seus objetivos.

§ 3º – A ACAVIM manterá “Regimento Interno”, que deverá ser respeitado por todos os associados / empreendedores.

§ 4º A ACAVIM, como entidade representativa do Roteiro de Turismo Rural Caminho do Vinho tem a responsabilidade de administrar e deliberar sobre o uso da marca “Caminho do Vinho” junto aos seus associados, bem como manter o registro da marca junto aos órgãos competentes.

Capítulo II

DOS OBJETIVOS

Art. 2º – A ACAVIM no âmbito da área de abrangência, tem como objetivos:

- a) Estimular e promover o desenvolvimento econômico, cultural e social.
- b) Cooperar na promoção da defesa, preservação e conservação do meio ambiente, incluindo o patrimônio histórico, cultural e artístico.
- c) Promover a organização das comunidades para alcançar objetivos declarados em Assembleia.
- d) Proporcionar meios para a aquisição em comum de equipamentos e insumos necessários à produção e transformação de produtos agropecuários.
- e) Realizar atividades educativas, de assistência técnica e repasse de informações para os associados objetivando a melhoria da produção, acondicionamento, armazenamento e comercialização de seus produtos.
- f) Participar de ações visando ao desenvolvimento das atividades do turismo em todas as suas modalidades.
- g) Requerer junto aos órgãos públicos, informações de interesse dos associados e ações necessárias para implementação, desenvolvimento / aperfeiçoamento permanente do Programa Caminho do Vinho.
- h) Manter, defender e promover ações voltadas para a manutenção, aperfeiçoamento e ampliação do “Programa Caminho do Vinho” Colônia Mergulhão – São José dos Pinhais – PR.
- i) Criar, promover e/ou participar de eventos relacionados com os objetivos da Associação.
- j) Promover a “Festa do Vinho” em parceria com a Prefeitura Municipal e Comunidade.
- k) Apoiar as atividades culturais dos grupos folclóricos ou corais formados ou que venham a se formar na Colônia Mergulhão.

Art. 3º – A fim de cumprir seus objetivos, a ACAVIM organizar-se-á em tantas comissões quantas se fizerem necessárias, as quais serão regidas pelas disposições estatutárias e regulamentos.

Capítulo III

DO QUADRO ASSOCIATIVO

Art. 4º – A ACAVIM pode ser constituída por número ilimitado de produtores e/ou empreendedores (pessoas Jurídicas e Físicas), denominados associados, que residam e/ou atuem na área de abrangência do “Programa Caminho do Vinho” após aprovação da ficha cadastral pela Diretoria e, distribuídos nas seguintes categorias: associado fundador, associado efetivo, associado colaborador e associado benemérito.

§ 1º – A qualidade de associado é adquirida mediante solicitação do interessado, que preencherá uma ficha cadastral informando sua atividade principal e demais dados. Após aval da Comissão de Avaliação, será apresentada para a Diretoria que poderá aprovar ou não sua inclusão. O novo associado terá o prazo de 12 meses para se adequar ao Regimento Interno.

§ 2º – A ficha cadastral será reavaliada e atualizada periodicamente com o acompanhamento de uma comissão de avaliação formada por um representante da ACAVIM indicado pela Diretoria, um técnico da Secretaria Municipal de Indústria, Comércio e Turismo / Departamento de Turismo e um técnico da Secretaria Municipal de Agricultura e Abastecimento / EMATER. Tomar-se-á também por base nessa avaliação, dentre os aspectos técnicos, o “Regimento Interno”.

Art. 5º – São associados da categoria “fundador” os que participaram das reuniões de elaboração do Estatuto e ou estiveram presentes na Assembleia de Fundação conforme registro no livro de atas.

Art. 6º – São direitos dos associados fundadores, quites com suas obrigações sociais:

I – Participar das Assembleias Gerais Ordinárias e Extraordinárias;

II – Votar e ser votado para os cargos eletivos;

III – Indicar até 2 (dois) familiares que participem do empreendimento para representá-lo na ACAVIM, podendo estes serem votados para cargos eletivos. Os mesmos deverão ter seus nomes registrados em ata, como representantes dos sócios fundadores;

IV – Solicitar a qualquer tempo esclarecimentos sobre os projetos em estudo ou em andamento;

V – Fomentar a convocação de Assembleia Geral Extraordinária quando houver um fato relevante a ser discutido;

VI – Apresentar novos associados;

VII – Participar de comissões que venham a ser formadas;

VIII – Apresentar propostas de cursos, programas e outras sugestões que fortaleçam a ACAVIM.

Art. 7º – São associados da categoria “Efetivo” os que ingressaram na ACAVIM após a fundação da mesma.

Art. 8º – São direitos dos associados efetivos, quites com suas obrigações sociais:

I – Participar das Assembleias Gerais Ordinárias e Extraordinárias.

II – Votar e ser votado para os cargos eletivos após um ano de filiação.

III – Indicar até 2 (dois) familiares que participem do empreendimento para representá-lo na ACAVIM, podendo estes serem votados para cargos eletivos. Os mesmos deverão ter seus nomes registrados em ata, como representantes dos sócios fundadores;

III – Solicitar a qualquer tempo esclarecimentos sobre os projetos em estudo ou andamento.

IV – Fomentar a convocação de Assembleia Extraordinária quando houver um fato relevante a ser discutido.

V – Apresentar novos associados.

VI – Participar de comissões que venham a ser formadas.

VII – Apresentar propostas de cursos, programas e outras sugestões que fortaleçam a ACAVIM.

Art. 9º – São associados da categoria “colaborador” todos os que se identificarem com os objetivos da associação e que, mediante assinatura de ficha de adesão após aval da diretoria, contribuirão financeiramente ou com prestação voluntária de serviços que correspondam com as finalidades da entidade.

Parágrafo Único – Aos colaboradores se permite a participação nas Assembleias Gerais com direito a voz, porém não poderão votar e nem serem votados.

Art. 10º – São associados da categoria “beneméritos” todos os que, por decisão da Assembleia Geral forem considerados dignos de tal honraria por terem contribuído de forma relevante com ações que permitiram o fortalecimento da Associação.

Art. 11º – São direitos dos associados beneméritos:

I – Participar nas Assembleias, somente com direito a voz.

II – solicitar a qualquer tempo esclarecimentos sobre os projetos em estudo ou andamento.

III – Apresentar sugestões que fortaleçam a Associação.

Art. 12º – São deveres dos associados:

I – Cumprir as disposições estatutárias;

II – Acatar as decisões da Diretoria;

III – Comparecer às Assembleias Gerais;

IV – Pagar a contribuição mensal, no valor estipulado em Assembleia Geral Ordinária.

V – Respeitar o Regimento Interno.

Capítulo IV

DOS REQUISITOS PARA ADMISSÃO, DEMISSÃO E EXCLUSÃO DE ASSOCIADOS DA ADMISSÃO

Art. 13º – São considerados sócios da ACAVIM todos aqueles que tiverem seus nomes aceitos pela diretoria, independentemente de cor, sexo, raça, nacionalidade, profissão, ideologia política ou partidária, desde que seja reconhecida sua idoneidade moral, depois de apresentarem proposta devidamente abonada por sócio em dia com suas obrigações sociais.

Parágrafo único – Os sócios poderão, a critério da diretoria caso a caso, ficarem isento dos pagamentos da contribuição social.

DA DEMISSÃO E EXCLUSÃO

Art. 14º – Perderão a qualidade de membros da ACAVIM os que:

- I – Voluntariamente solicitarem sua demissão ou seu desligamento, através do documento por escrito;
- II – descumprirem as normas deste Estatuto e Regimento, ou cometerem falta caracterizada pela ética ou pela justiça temporal.
- III – os que demonstram desinteresse, ausentando-se das atividades da ACAVIM, por um período acima de dois anos, sem justificativas aceitas pela diretoria.

Parágrafo 1º: Todos os casos de ingresso e desligamento serão decididos pela diretoria da ACAVIM, por maioria absoluta de seus membros.

Parágrafo 2º: Da decisão do órgão que, de conformidade com o Estatuto, decretar a exclusão caberá recurso a Assembleia Geral.

Parágrafo 3º: Pela saída, abandono ou qualquer outro motivo, da Associação, a nenhum membro será lícito pleitear ou reclamar indenizações, sob qualquer forma de pretexto, por possuir apenas a condição de membro ou outro cargo oficial, bem como membros da Diretoria.

Capítulo V

DA ADMINISTRAÇÃO

Art. 15º – A ACAVIM será administrada por:

- I – Assembleia Geral Ordinária ou Extraordinária;
- II – Diretoria;
- III – Conselho Fiscal.

Art. 16º – A Assembleia Geral Ordinária ou Extraordinária é órgão soberano da Associação, sendo constituída por todos os associados em pleno gozo de seus direitos estatutários.

Art. 17º – Compete à Assembleia Geral Ordinária:

- I – Aprovar propostas de programação da Associação apresentadas pela Diretoria.
- II – Apreciar o Relatório Semestral da Diretoria.
- III – Discutir e homologar as contas e balanços aprovados pelo Conselho Fiscal.
- IV – Eleger a Diretoria e o Conselho Fiscal, respeitando os prazos definidos.
- V – Destituir, em parte ou na totalidade, a Diretoria e o Conselho Fiscal.
- VI – Destituir, após ampla defesa, o sócio que incorrer em falta grave, assim considerado pela Assembleia.
- VII – Decidir sobre reformas do Estatuto.
- VIII – Decidir sobre a extinção da Associação.
- IX – Decidir sobre a conveniência de adquirir, alienar, transigir, hipotecar ou permutar bens patrimoniais, além de receber doações e/ou legados.
- X – Definir os valores de autonomia para a Diretoria e Conselho Fiscal, para as despesas não previstas no Plano de Trabalho.
- XI – Aprovar o Regimento Interno.
- XII – Aprovar a Contribuição Mensal dos Associados.
- XIII – Aprovar a valor da Contribuição de inscrição (joia) para os novos associados.

Art. 18º – Quando ocorrer um fato de relevância e que necessite de solução imediata uma Assembleia Geral Extraordinária, esta poderá ser convocada:

- I – pela Diretoria;
- II – Pelo Conselho Fiscal;
- III – por requerimento de um terço dos associados fundadores e efetivos quites com suas obrigações sociais.

Art. 19º – A convocação de Assembleia Geral Ordinária será feita por meio de Edital informando data, horário, local e pauta publicados na imprensa local, por circulares internas e outros meios convenientes, com antecedência mínima de 15 (quinze) dias e no caso de ser Extraordinária com antecedência mínima de 03 (três) dias.

§ 1º – A Assembleia Geral Ordinária instalar-se-á em primeira convocação com a presença da maioria dos associados fundadores e efetivos e, em segunda convocação, com no mínimo um terço dos associados fundadores e efetivos, quites com suas obrigações.

§ 2º – Quando se tratar de Assembleia Geral Extraordinária esta será instalada em primeira convocação no horário previsto para verificação de “quórum” e em segunda convocação ocorrerá 30 (trinta) minutos após a primeira convocação com a presença de dois terços (2/3).

§ 3º – A Assembleia Geral Extraordinária que não atingir quórum necessário para sua instalação, em primeira ou segunda convocação, será considerada nula.

Art. 20º – A convocação de Assembleia Geral Ordinária para eleição será feita por meio de Edital informando data, horário, local e pauta publicados na imprensa local, por circulares internas e outros meios convenientes, com antecedência mínima de 30 (trinta) dias.

Art. 21º – A Diretoria será constituída de Presidente, Vice-Presidente, Secretário e Tesoureiro.

§ 1º – O mandato da Diretoria será de dois (02) anos, permitida uma reeleição.

§ 2º – Os membros da Diretoria não serão remunerados.

Art. 22º – Compete à Diretoria:

I – elaborar e submeter à Assembleia Geral Ordinária a proposta de trabalho e orçamento anual da Associação.

II – Executar a programação aprovada pela Assembleia Geral.

III – Emitir Ordens Executivas para disciplinar o funcionamento interno da associação.

IV – Contratar ou demitir funcionários.

V – Administrar os recursos físicos, materiais, humanos e financeiros da Associação.

VI – Encaminhar à Assembleia Geral Ordinária as propostas de alterações estatutárias.

§ 1º – A Diretoria reunir-se-á, no mínimo, uma vez por mês.

§ 2º – A Diretoria não poderá assumir ou contrair dívidas sem prévia aprovação da Assembleia.

Art. 23º – Compete ao Presidente:

I – Representar a Associação judicial e extrajudicialmente.

II – Cumprir e fazer cumprir este estatuto e as ordens executivas.

III – convocar e presidir as reuniões de diretoria e Assembleias.

IV – Assinar convênios, termos de parcerias, acordos de cooperação técnica ou similares.

V – Autorizar despesas e pagamentos extraordinários até o valor definido em Assembléia.

VI – Movimentar e assinar em conjunto com o tesoureiro documentos bancários e contábeis da Associação.

Art. 24º – Compete ao Vice-presidente:

I – Auxiliar e/ou substituir o Presidente em seus impedimentos.

II – Cumprir e fazer cumprir este estatuto e as ordens executivas.

III – Assumir a Presidência no caso de vacância permanente e/ou impedimento do Presidente por mais de 90 dias consecutivos.

Art. 25º – Compete ao Secretário:

I – Secretariar as reuniões da diretoria e Assembleias redigindo as atas.

II – Redigir relatórios das atividades da Associação.

III – Divulgar para os associados todas as decisões da diretoria e das Assembleias, através de edital e circulares.

IV – Manter controle de envio e recebimento de documentos e correspondências oficiais.

V – Manter em ordem a documentação da Associação.

VI – Apresentar proposta de convocação de Assembleia.

VII – Responder pela Presidência interinamente, em caso de ausência ou impedimento do Presidente e do Vice-Presidente.

VIII – Formalizar os registros de chapas para as eleições de Diretoria e Conselho Fiscal.

Art. 26º – Compete ao Tesoureiro:

I – Arrecadar e contabilizar as contribuições dos associados, rendas, auxílios e donativos, mantendo em dia a escrituração contábil.

II – Movimentar e assinar em conjunto com o Presidente, documentos bancários e contábeis da instituição.

III – Apresentar mensalmente relatórios de receitas e despesas.

IV – Comprovar a pesquisa de preço aliada à qualidade exigida sempre que se fizer necessário.

V – Apresentar ao Conselho Fiscal a escrituração da Associação incluindo os relatórios de desempenho financeiro e contábil e sobre as operações patrimoniais realizadas.

VI – Conservar, sob sua guarda e responsabilidade, os documentos relativos à tesouraria.

VII – Manter todo o numerário em estabelecimento de crédito.

VIII – Enviar para o contador toda documentação necessária para manter a Associação dentro dos padrões contábeis preconizados pelas leis vigentes.

IX – Acompanhar os trabalhos de auditores quando necessário.

X – Apresentar proposta de convocação de Assembleia.

Art. 27º – O conselho Fiscal será constituído por três membros e 1 suplente, eleitos em Assembleia.

§ 1º – O mandato do Conselho Fiscal será coincidente com o mandato da Diretoria.

§ 2º – Em caso de vacância, o mandato será assumido pelo suplente, até o seu término.

§ 3º – Os membros do Conselho Fiscal não serão remunerados.

Art. 28º – Compete ao Conselho Fiscal:

- I – Examinar os livros de escrituração contábil da Associação.
 - II – Opinar sobre os balanços, balancetes, relatórios de desempenho financeiro e contábil e sobre as operações patrimoniais realizadas pela ACAVIM.
 - III – Requisitar ao Tesoureiro, a qualquer tempo, documentação comprobatória das operações econômico-financeiras realizadas pela Associação.
 - IV – Acompanhar o trabalho de eventuais auditores.
 - V – Convocar a Assembleia Geral quando fato relevante justificar tal ação.
 - VI – Discutir e aprovar sobre a possibilidade de realização de despesas não previstas no plano de trabalho até o teto fixado em Assembleia.
- Parágrafo Único – O conselho Fiscal reunir-se-á ordinariamente a cada (seis) meses e, extraordinariamente, sempre que necessário.

Capítulo VI DAS ELEIÇÕES

- Art. 29º – As eleições da Diretoria e Conselho Fiscal serão realizadas em Assembleia Geral, com antecedência mínima de trinta dias do término do mandato.
- § 1º – Os interessados deverão registrar na secretaria da Associação, chapa completa para Diretoria e Conselho Fiscal, não podendo haver acúmulo de cargos, nem participação em outra chapa.
- § 2º – As chapas serão formadas por associados fundadores, efetivos e/ou seus representantes, limitados a 1 representante por empreendimento, quites com suas obrigações sociais, devendo ser protocoladas na Secretaria da Associação até a realização da Assembleia Geral Ordinária.
- § 3º – A diretoria eleita será empossada para um mandato de dois (02) anos.
- § 4º – Em nenhuma hipótese serão aceitos votos por procuração.
- Art. 30º – A Assembleia para eleição da Diretoria e Conselho Fiscal instalar-se-á em primeira convocação com a maioria dos associados com direito a voto e, em segunda convocação, com no mínimo um terço dos associados com direito a voto.
- § 1º – Após a abertura da Assembleia pelo presidente, este fará o relatório de sua atuação e solicitará aos presentes que escolham entre seus pares, três membros que não façam parte de chapas inscritas para compor a mesa de eleição.
- § 2º – A mesa de eleição composta escolherá entre si o presidente, o secretário e o escrutinador e, após a apuração de votos, dará posse à chapa eleita.
- § 3º – A eleição dar-se-á por voto secreto.

Capítulo VII DO PATRIMÔNIO

- Art. 31º – O patrimônio da ACAVIM será constituído por doações, legados, bens móveis, imóveis, veículos, ações e/ou títulos negociados no mercado financeiro.
- Art. 32º – No caso de dissolução da Associação, o respectivo patrimônio líquido será doado a instituições filantrópicas do Município, após aprovação em Assembleia Geral.

Capítulo VIII DAS RECEITAS.

- Art. 33º – A receita da Associação será constituída por:
- I – Contribuições dos associados fixadas em Assembleias.
 - II – Sobras eventuais de festas, campanhas e outras promoções.
 - III – Donativos, locações, legados, auxílios e subvenções de qualquer espécie.
 - IV – Doações nacionais e/ou internacionais de pessoas físicas e/ou jurídicas.
 - V – Contribuições de inscrição (joia)

Capítulo IX DAS DISPOSIÇÕES GERAIS E TRANSITÓRIAS.

- Art. 34º – A ASSOCIAÇÃO “CAMINHO DO VINHO” – COLÔNIA Mergulhão – SÃO JOSÉ DOS PINHAIS-PR – ACAVIM, será dissolvida por decisão da Assembleia Geral Extraordinária, especialmente convocada para esse fim, quando comprovada a impossibilidade de continuação de suas atividades.
- Art. 35º – O presente Estatuto poderá ser reformado a qualquer tempo, por decisão da maioria absoluta dos sócios, em Assembleia Geral especialmente convocada para esse fim e, entrará em vigor na data de seu registro em cartório.
- Art. 36º – Os casos omissos serão resolvidos pela Diretoria e referendados pela Assembleia Geral em data subsequente.

Art. 37º – O exercício social terá a duração de dois anos, iniciando no dia 1º de janeiro de e encerrando no dia 31 de dezembro do ano seguinte.

Art. 38º – Conforme parágrafo 28 do artigo 153 da Constituição Federal, a ACAVIM só poderá ser extinta por sentença judicial, depois de pago seus débitos ou por decisão da Assembleia Geral Extraordinária, convocada para esse fim, e, com a presença de dois terços dos seus membros em comunhão.

Art. 39º – No caso de dissolução o destino dos bens patrimoniais da ACAVIM, reverterá em benefício de outra entidade congênere, com sede no território nacional, ou que a Assembleia determinar, após obedecidas as formalidades legais.

São José dos Pinhais, 04 de novembro de 2008.

Marcelo Laureanti (Presidente ACAVIM)